

# Meeting

Magazine.nl

Multimediaal platform voor zakelijke bijeenkomsten en evenementen

Jaargang 15 - nr 1 - Meetingmagazine.nl

Inntel Hotels opent hotel op meest centrale locatie van Nederland

**“Je maakt hier echt deel  
uit van de stad”**

---

**Uitreiking Nationale Meeting Award - Vijfjarig jubileum MeetingReview - Branchespelers maken vuist tegen voedselverspilling - Het ongrijpbare succes van EMEC19 - Het event als beleidsinstrument**



**Nr. 1**

# EXPOSITIEPANELEN EN POSTERBORDEN

## CLICK® Panelen

### Verkoop en verhuur

Wist u dat ABC Display dé producent is van de succesvolle Click® lichtgewicht panelen? De basis van het concept is: universeel tijdloos paneel, geen gereedschap nodig, licht van gewicht, compact te vervoeren en snel te plaatsen met multifunctionele opstellingen.

De toepassingen zijn eindeloos; poster- of pinpanelen, scheidingswanden, promoties, congressen, presswanden, exposities, tentoonstellingen, sponsorwanden en complete stands etc.

Wij leveren dit prachtige expositie- en presentatie-systemen in tal van uitvoeringen en afmetingen.

U kunt Click® bij ABC Display aanschaffen of huren, tevens verzorgen wij de grafische producties en monteren/demonteren de panelen op elke locatie binnen Europa.



**KEEP MOVING  
YOUR BRAND!**



Dubbelzijdig inzetbaar



Landscape & Portrait inzetbaar



Montage zonder gereedschap



Panelen zijn te koppelen en zelfstandig inzetbaar



Bevestiging met: Pinnasjes, Ritssluitband of schilderijhakken.

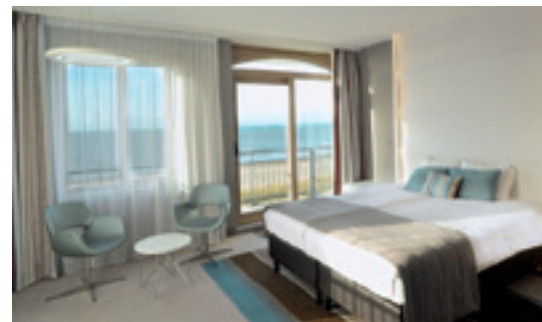




35 zalen 30 - 1000 m<sup>2</sup>  
550 kamers



vergaderingen en bijeenkomsten aan zee  
tot 1500 personen!



hotel op 100 meter van het strand - restaurant - feestzalen - sauna's en zwembad  
fitnessruimte - wellness center - bistro en pub - bowling - teambuilding - congresservice



# #outofoffice

Soms gebeuren dingen die goed zijn voor je bedrijf  
juist buiten je bedrijf.

Wij geloven dat een inspirerende omgeving het beste in je naar boven brengt. Bij Bilderberg  
ervaar je de rust van de natuur of juist de energie van de stad. Wij bieden je de inspiratie om  
samen te werken, patronen te doorbreken of een sterke toekomst te ontwikkelen op 12 bijzondere  
meeting locaties.



BILDERBERG

[bilderberg.nl/meetings](https://bilderberg.nl/meetings)







# Financiële zekerheid voor uw internationale congres in Nederland!

Een congres organiseren, maar u ziet op tegen de financiële risico's. De stichting Voorfinancierings- & Garantiefonds (VGF) neemt uw zorgen weg!

U overweegt een internationaal congres in Nederland te organiseren, maar wat nou als er minder deelnemers komen dan verwacht? En hoe gaat u de aanloopkosten financieren, als er nog geen inkomsten zijn vanuit de deelnemers of sponsors?

Het Voorfinancierings- & Garantiefonds biedt uitkomst. Opgericht door het Ministerie van Economische Zaken en het Nederlandse Bureau voor Toerisme & Congressen, kent het VGF twee regelingen die bijdragen aan het minimaliseren van deze risico's:

Via de Voorfinancieringsregeling kunt u geheel gratis en rentevrij tot maximaal € 90.000,- lenen om uw opstartkosten te financieren!

Via de Garantstellingsregeling verzekert u uw congres tot maximaal € 90.000,- tegen een negatief resultaat dat ontstaan is door tegenvallende deelnemersaantallen!

Kijk op [www.vgfholland.nl](http://www.vgfholland.nl) en ontdek hoe onze non-profit stichting er mede voor zorgt dat u een uitermate geslaagd en financieel gezond congres in Nederland kunt organiseren!

Wij staan u graag persoonlijk te woord op 070 – 370 57 05 of via [info@vgfholland.nl](mailto:info@vgfholland.nl)



Voorfinancierings-  
& Garantiefonds

[WWW.VGFHOLLAND.NL](http://WWW.VGFHOLLAND.NL)







## Impact

Evenementen hebben een impact op de maatschappij. Soms is dat vooral economisch, maar ook op sociaal vlak kunnen events veel in beweging zetten. Denk aan de Special Olympics Nationale Spelen Achterhoek die jongeren met een verstandelijke beperking toegang wil bieden tot een breed sportaanbod. Of de gemeente Nijmegen die in 2018 met behulp van diverse evenementen volop heeft ingezet op een duurzame profilering van de stad. Die gemeente besloot de opgedane kennis te delen met de branche en organiseerde op 21 februari het congres Creating Legacy: wat wil je bereiken en wat wil je nalaten met je evenementen.

Ook MPI Nederland heeft met de organisatie van het MPI jaarcongres EMEC19 een duidelijke boodschap meegegeven aan de deelnemers. Als proeftuin voor nieuwe leerstijlen en eventformats wilde het organisatiecomité aanzetten tot en inspireren om te blijven vernieuwen en innoveren. Gezien de lovende reacties op social media zijn ze daar uitstekend in geslaagd. In het katern eventz bekijken ze zelf terug.

Meeting Magazine heeft eveneens de ambitie om samen met MeetingReview, Vergaderhamers en CLC-VECTA met de organisatie van de Nationale Meeting Award een nalatenschap te creëren. Deze awards voor de beste meeting- en eventlocaties in vijf verschillende categorieën zijn op 11 maart uitgereikt. Uiteraard hopen wij dat naast de finalisten ook alle genomineerden zich meer bewust zijn geworden van hun kwaliteiten én verbeterpunten en hier mee aan de slag gaan. Ook hopen wij dat er volgend jaar nog meer locaties meedoen en dat de kwaliteit die de gehele branche biedt naar een nog hoger niveau wordt getild. Wie er precies hebben gewonnen, lees je uiteraard ook in deze editie terug.

Veel leesplezier!

Sofie Fest  
Hoofdredacteur Meeting Magazine  
sofie@vanmunstermedia.nl



**10 Coverstory Inntel Hotels City Centre:**

Op 14 januari van dit jaar opende Inntel Hotels haar nieuwste hotel pal naast Station Utrecht Centraal. General manager Henk Hölscher heeft er samen met zijn team pas twee maanden opzitten, maar is nu al uiterst tevreden. "Dit is echt een toplocatie midden in het centrum."

**15 De beste meeting- en eventlocaties van Nederland**

Na het verzamelen van genoeg reviews, het invullen van de online survey, een uitgebreid jury-interview en een locatiebezoek, zijn de winnaars van de Nationale Meeting Award 2019 bekend! Op maandag 11 maart mochten vijf locaties de award in ontvangst nemen bij Postillion Hotel Amsterdam.

**24 Maatregelen voor een kleinere afvalberg**

De MICE-branche zet elk jaar prachtige bijeenkomsten neer, maar produceert daarbij ook een grote hoeveelheid afval. In Nederland zijn er gelukkig verschillende partijen die hun verantwoordelijkheid nemen en actief inzetten op afvalreductie en het tegengaan van voedselverspilling.

**28 Vijfjarig jubileum MeetingReview**

Marco Kole en Robert Spakman startten in 2013 met MeetingReview en vieren dit jaar hun jubileum. Een mooi moment voor een interview met de initiatiefnemers en om meer over het bedrijf te weten te komen.

**56 Grenzen verleggen**

Nederland is klein in omvang, maar groot in creativiteit en mogelijkheden. Dat de Nederlandse producten en diensten ook in het buitenland worden gewaardeerd, laten verschillende partijen in de branche zien. De een zet zijn eerste voorzichtige stap, de ander mag rekenen op een ruimte buitenlandse clientèle.

**77 Het ongrijpbare succes van EMEC19**

Elf maanden lang heeft een team van twintig vrijwilligers ernaartoe gewerkt om een uniek event te designen. Een vierdaagse conferentie georganiseerd door MPI Nederland, voor en door event professionals. Afgelopen februari heeft het team achter de European Meetings en Events Conference (EMEC19) laten zien dat het écht anders kan.

"Dit is een voorbeeld van een event zonder legacy. Vaak gaat het om een eenmalig project dat miljoenen verliest draait en mede bedoeld is om het imago op te vijzelen."

Jan Rotmans, p 87.





Een uitgave van:  
MVM Producties b.v.  
Postbus 6684, 6503 GD Nijmegen  
Kerkenbos 12-26c, 6546 BE Nijmegen  
t: 024 - 3 738 505  
f: 024 - 3 730 933

**UITGEVER**  
Michael van Munster

**DRUKWERK**  
Balmedia

**HOOFDREDACTIE**  
Sofie Fest

**REDACTIE-ADVIES**  
Jessica Scheffer

**REDACTIEMEDEWERKERS**  
Ingrid Rip, Jessica Scheffer, Marianne Kuiper,  
Aart van der Haagen, Wouter Olland, Samira Salman,  
Rob de Haas, Miranda Schoonderwoerd-Corral

**VORMGEVING**  
Joost Franken, Jan-Willem Bouwman, Lisa Pashouwers

**ADVERTENTIE EXPLOITATIE**  
Van Munster Media B.V.  
Jordey de Joode t: 024-642 3449  
Marie-Louise van Heeckeren t: 024-373 8502  
Advertentietarieven: op aanvraag

**ABONNEMENTEN**  
t: 024-3738505

**COVERSTORY**  
Inntel Hotel Utrecht Centre

Abonnementen kunnen op elk gewenst tijdstip ingaan.  
Alle abonnementen hebben een looptijd van één jaar  
en worden automatisch verlengd, tenzij de abonnee  
uiterlijk 3 maanden voor verstrijken schriftelijk opzegt.  
Abonnementsprijs per jaar 39 euro excl. btw.

**COPYRIGHTS**  
Het auteursrecht op de in dit tijdschrift verschenen arti-  
kelen wordt door de uitgever voorbehouden.

Hoewel de informatie gepubliceerd in deze uitgave  
zorgvuldig is uitgezocht en waar mogelijk gecontroleerd,  
sluiten de uitgever en de redactie uitdrukkelijk iedere  
aansprakelijkheid uit voor eventuele onjuistheden en/of  
onvolledigheid van de verstrekte gegevens.

Aantal verschenen edities: 80



## 86 Het event als beleidsmiddel

Nijmegen kijkt terug op een zeer geslaagd jaar als European Green Capital. Om het groene gedachtegoed verder te verankeren in het gemeentebeleid en de opgedane kennis te kunnen delen met anderen, organiseerde de projectgroep achter het themajaar op 21 februari het congres Creating Legacy met diverse interessante sprekers en workshops.

### Verder in deze editie

- 20 Jubileumjaar Meeting Magazine
- 34 WestCord Hotels WTC Leeuwarden
- 36 Vergadertips: het vergaderdieet
- 42 ISE verbindt
- 47 The Mayor Manor
- 49 U Parkhotel Enschede
- 52 Themajaar Rembrandt en de Gouden Eeuw 2019
- 62 VisitBrabant Convention Bureau
- 64 GuestHouse Hotels
- 70 Herinspectie Vergaderhamerkeurmerk
- 74 Update IMEX 2019
- 90 Terugblik EventSummit
- 92 Momice: Events zijn de toekomst
- 94 Sprekershuys: Een goed opgebouwde presentatie

### In elke editie

- 22 Ingrid interviewt: Nico Meyer, Meeting Monitor/Qmatters
- 39 Column Wouter Olland - OMS
- 46 Goodiepagina - Samira Salman, EventGoodies
- 51 Column Marianne Kuiper - Efficient Hotel Partner
- 72 Hotelrecensie: Carlton Ambassador Hotel Den Haag





Inntel Hotels opent hotel op meest centrale locatie van Nederland

# “Je maakt hier echt deel uit van de stad”

Op 14 januari van dit jaar opende Inntel Hotels haar nieuwste hotel pal naast Station Utrecht Centraal. General manager Henk Hölscher heeft er samen met zijn team pas twee maanden opzitten, maar is nu al uiterst tevreden. “Dit is echt een toplocatie midden in het centrum.”

Fotografie Marcel Krijgsman

**I**nntel Hotels Utrecht Centre mag met recht de meest centrale locatie van Nederland worden genoemd. Het hotel maakt onderdeel uit van het gloednieuwe stationsgebied van Station Utrecht Centraal. Via de centrumzijde loop je zo richting TivoliVredenburg en het centrum van Utrecht. Ook sta je binnen vijf minuten aan de Jaarbeurszijde. General manager Henk Hölscher spreekt van een vliegende start. “De reacties van gasten zijn zeer positief en we hebben al verschillende aanvragen ontvangen. Ook de gemeente

Utrecht, Utrecht Convention Bureau en het bedrijfsleven, waaronder de collega-hoteliërs, zijn zeer enthousiast over onze komst. Utrecht heeft ondanks de grote omvang zeer korte lijnen en die kleinschaligheid is bijzonder prettig. Het belang van gezamenlijk optrekken ter promotie en verbetering van de stad staat bij iedereen voorop.”

## VERBINDING

Kenmerkend voor de Nederlandse hotelgroep Inntel Hotels is dat de nieuwe vestiging in Utrecht een eigen thema heeft. “Wanneer je naast het station bent gevestigd, is het thema ‘connections’ natuurlijk een logische keuze”, vertelt Hölscher. “Je maakt hier echt deel uit van de stad en dat merk je op elke plek in het hotel; overal heb je een fantastisch uitzicht op het centrum van Utrecht. Bovendien wordt er op verschillende manieren gerefereerd naar de stad. De

straatklinkers van het plein tussen ons hotel en Hoog Catharijne lopen door naar de balie en het restaurant van het hotel. Het tapijt op de verdiepingen is voorzien van een print met de treinverbindingen die vanuit Utrecht Centraal naar de rest van Nederland lopen. De gangmuren en delen van de hotelkammern muren hebben een speciaal ontworpen print: de kanalen en monumentale panden van de stad zijn verwerkt in een grafisch lijnenpatroon met veel kleur. Dat lijnenspel komt ook terug in de gordijnen en in het wellnesscentre. Het thema verbinding uit zich tevens in praktische aspecten, zoals gratis wifi in het gehele hotel.”



#### UITZICHT OP DE STAD

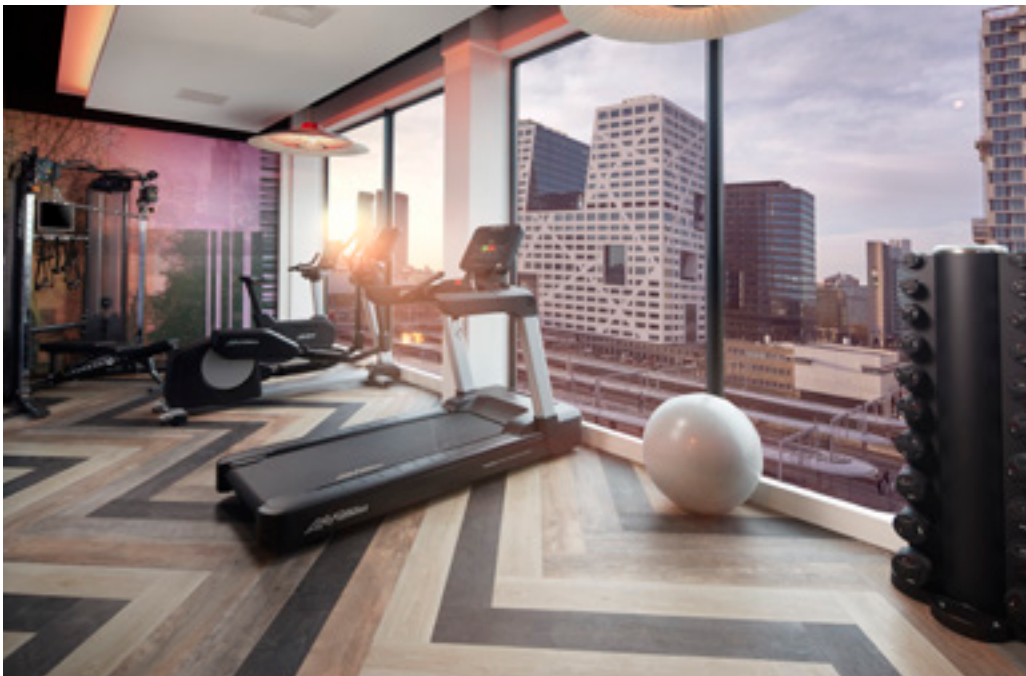
Op de bovenste verdieping van het hotel zijn vijf meetingzalen gerealiseerd die samen een oppervlakte van 300 m<sup>2</sup> beslaan. Dankzij de muurhoge ramen heeft elke ruimte op de elfde verdieping een prachtig uitzicht. Aan de stationszijde rijden de treinen geruisloos voorbij terwijl je je aan de stadszijde, waar onder andere een grote break-out ruimte ligt, kunt vergapen aan het uitzicht op het centrum met Hoog Catharijne, TivoliVredenburg en natuurlijk de Domtoren.

Aan de andere zijde van de elfde verdieping ligt Spa Dôme, een groot wellnesscentre van 300 m<sup>2</sup> met fitness, een infinity pool, twee terrassen, massagekamers en een sauna. “Wellness speelt

#### Over Inntel Hotels

In 1982 opende Inntel Hotels het eerste hotel in Zutphen. Al snel volgden er vestigingen in Zaandam (1986) en Rotterdam (1989). Het vierde hotel werd in 1996 in het centrum van Amsterdam gerealiseerd, waarna er nog hotels in Rotterdam en een hotel in Eindhoven kwamen (beide in 2013).

Het meest recente hotel opende begin dit jaar in Utrecht. De locatie in Zutphen werd in 2018 verkocht omdat het niet voldeed aan de strategie waarbij elk hotel op een A1 locatie is gevestigd. In 2020 komt er een tweede hotel in Amsterdam, genaamd Amsterdam Landmark. Voor 2021 staat de opening van Inntel Hotels Marina Beach in Scheveningen op de planning. Elk Inntel Hotel heeft een eigen thema. Zo staat Inntel Hotels Amsterdam Centre in het teken van het internationale karakter van de stad en staan bij Inntel Hotels Art Eindhoven kunst, historie en wetenschap centraal. Elk Inntel Hotel heeft een uniek karakter, zo ook elke stad waar deze zich bevindt. Nooit precies hetzelfde, maar altijd op een unieke locatie met een eigen concept.



een belangrijke rol bij alle Inntel Hotels”, licht Hölscher toe. “Daarom hebben we er ook in Utrecht voor gekozen om naast de wellness in een groot aantal kamers een vrijstaande whirlpool te plaatsen zodat je vanuit het bad van het uitzicht kunt genieten.” Tevens zijn 31 suites voorzien van een privé sauna en regendouche in de kamer.

#### SPEELGOEDTREIN

Op de eerste verdieping is een boardroom gevestigd. Ook hier zijn de muren voorzien van het lijnenspel dat in het gehele hotel terugkomt. In de houten vergadertafel zijn speelgoedrails en -treintjes verwerkt die door de gasten bediend kunnen worden. Naast de boardroom ligt een aparte lunchlocatie die via een trap is verbonden met



12  
>

restaurant the U food & drinks op de begane grond. Het restaurant is modern ingericht met houten tafels, rieten stoelen en bakstenen muren. Op de kaart staan pure no nonsense gerechten die worden gemaakt van Nederlandse producten zoals Lakenveldrund. Hölischer: "Achterin zijn de muren bekleed met prints van affiches van TivoliVredenburg. Die zijn met veel enthousiasme ter beschikking gesteld. Dat geeft aan hoe goed de onderlinge band tussen de verschillende locaties is."

#### SOCIAAL ONDERNEMERSCHAP

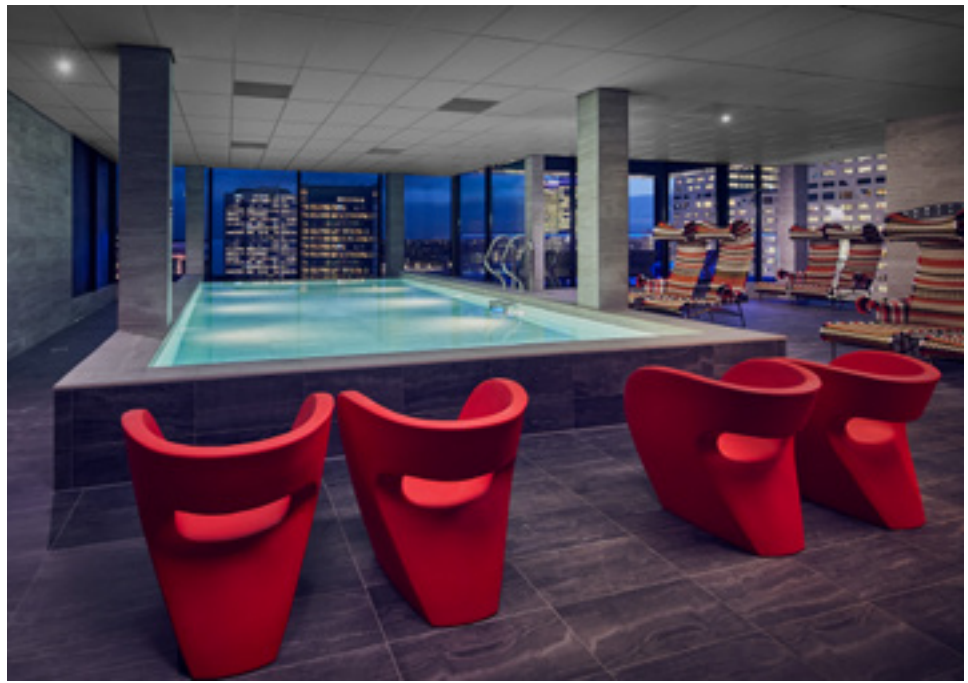
Sociaal ondernemen is een belangrijk facet. Hölischer, die 23

jaar geleden bij het eerste hotel in Zutphen begon, heeft zich hiervoor ingezet. "Als bedrijf dien je een afspiegeling van de samenleving te zijn. Iedereen heeft het recht om mee te doen. Daarom zijn in alle vestigingen op alle afdelingen mensen met een afstand tot de arbeidsmarkt werkzaam. Bij elke medewerker wordt gekeken waar diens kracht ligt en welke taken het beste bij hem of haar passen. Het mooie is dat wanneer je iemand van hbo-niveau samen laat werken met een kwetsbaar iemand met bijvoorbeeld een rugzak, ze van elkaar leren. Zodra alle processen in Utrecht helemaal zijn gefinetuned,

Henk Hölischer







oprichting in 1982 hanteert. “In de afgelopen jaren zijn we van één klein hotel uitgegroeid tot een gesetteld bedrijf met uitstekende bezettingspercentages. Inntel Hotels is een groep met relatief grote vier- en vijfsterren hotels. We breiden met beleid uit en kiezen enkel voor hotels op A1 locaties. De komende jaren worden er nog hotels in Amsterdam en Scheveningen geopend.” Hoewel elk hotel een eigen thema en daarmee ook een eigen identiteit heeft, kun-

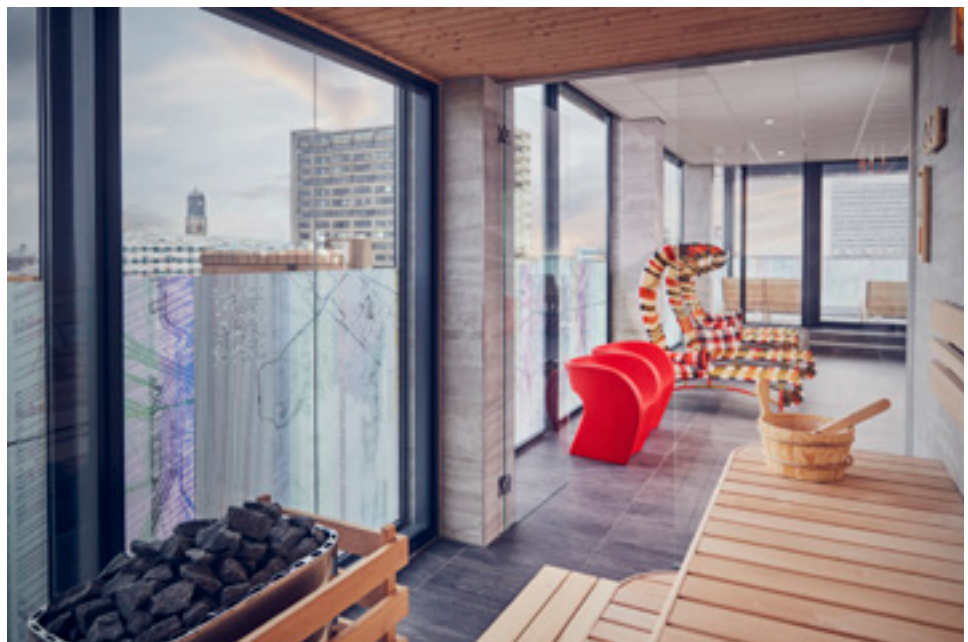
nen de gasten stevast rekenen op de professionele, maar persoonlijke service waar de groep om bekendstaat. “Onze slogan is niet voor niets: ‘you’ll be surprised’. Dat betekent dat we voor elke gast een stapje extra doen om hem of haar te verrassen.”

[www.inntelhotelsutrechtcentre.nl](http://www.inntelhotelsutrechtcentre.nl)

gaan we ook hier aan de slag.” Alle Inntel Hotels hanteren daarnaast een duurzame bedrijfsvoering. Je vindt er bijvoorbeeld ledverlichting en in Rotterdam worden milieuvriendelijke verzorgingsproducten aangeboden. Ook zijn er diverse waterbesparende maatregelen doorgevoerd. Net als Zaandam en Mainport heeft Utrecht een airco warmteterugwinningssysteem waarmee kamers worden verwarmd of gekoeld. Daarnaast is het dak van de vestiging in Utrecht voorzien van zonnepanelen.

#### STRATEGIE

De keuze van Inntel Hotels om een nieuwe vestiging te openen in de Domstad past binnen de strategie die de Nederlandse hotelgroep sinds de





## Nieuw Meeting & Event-Center City Resort Hotel Leiden positief ontvangen

City Resort Hotel Leiden is blij met alle positieve reacties van gasten die de afgelopen tijd al kennismakten met het nieuwe Meeting & Event-center. General Manager Stoffel Verjaal en zijn team zetten momenteel nog de laatste puntjes op de i waarna waarschijnlijk in maart de officiële opening zal volgen. Verjaal kijkt met een positief gevoel terug op de eerste weken sinds het Meeting & Event-center op de vijfde etage van het Level-gebouw in Leiden begin januari in gebruik werd genomen. "Het gevoel is absoluut goed. We zaten al helemaal vol en ontvingen diverse grote groepen. Dat zorgde ervoor dat we perfect konden uitzoeken hoe alles draait in de praktijk." De reacties van gasten waren volgens Verjaal onverdeeld enthousiast: "Voorheen was alles over twee etages verdeeld. Deze nieuwe invulling is natuurlijk veel aantrekkelijker en logistiek ook veel handiger. De uitstraling van de ruimtes is indrukwekkend. Men reageert ook heel goed op de restaurantruimte met open keuken, het nieuwe meubilair en de thematisering aan de hand van de Hollandse meesters. Vooral internationale gasten vinden dat leuk. Het geeft ook extra sfeer aan het Meeting & Event-center. Ook de technische snuffjes die overal zijn verwerkt, kunnen bij de gasten op veel waardering rekenen. Zo hangen er bijvoorbeeld overal led-schermen en is de speciale boardroom bijzonder goed uitgerust met av-faciliteiten." Het nieuwe Meeting & Event-center zorgt voor een unieke combinatie van een hotel met 117 kamers, restaurants, wellness en de nieuwe ideale plek voor grote zakelijke bijeenkomsten. Het Meeting & Event-center heeft als thema 'de Leidse fijnschilders' meegekregen. Leiden staat immers al sinds de Gouden Eeuw bekend als een creatieve broedplaats. De Hollandse meester Rembrandt van Rijn is er geboren en ook Leidse fijnschilders als Gerrit Dou, Gabriël Metsu en Frans van Mieris uitten hun creativiteit in hun prachtige schilderijen.



Van links naar rechts Pim van het Reve (medewerker U Parkhotel, Marijke Schmand (directeur U Parkhotel) en Harm Edens

## U Parkhotel ontvangt gouden Green Key certificaat

Tijdens het jaarlijkse Green Key Event van Stichting KMKV, op 14 februari, kreeg het kort geleden geopende U Parkhotel in Enschede het gouden Green Key certificaat uitgereikt door WNF-ambassadeur Harm Edens. Met het behalen van het Green Key certificaat laat het U Parkhotel zien dat duurzaam- en maatschappelijk verantwoord ondernemen onlosmakelijk verbonden is in de bedrijfsvoering van het hotel. Marijke Schmand, directeur U Parkhotel: "Tijdens de bouw en verbouw van het hotel zijn veel duurzaamheidsaspecten meegenomen. Het hotel is aangesloten op de stadsverwarming, voorzien van een warmtewiel en waterbesparende douches. Gelijk bij binnenkomst treffen onze gasten in de lobby een grote moswand die symbool staat voor onze groene bedrijfsvoering. Verschillende interieuritems in het hotel zijn geproduceerd van gerecyclede materialen." Het U Parkhotel in Enschede opende op maandag 11 februari 2019 de deuren voor haar eerste gasten. In het hotel, gelegen op de campus van de Universiteit Twente, zijn gasten welkom om te slapen, eten en/of vergaderen. Bij U Parkhotel treft men veelal zakelijke gasten uit het bedrijfsleven en de wetenschap. Professionals, die elkaar willen ontmoeten om met en van elkaar te leren. U Parkhotel heeft een prachtige ligging; op de campus van de Universiteit Twente, grenzend aan een natuurgebied, vlakbij het stadsleven van Enschede en Hengelo.

## Maak kennis met de website

Op [www.meetingmagazine.nl](http://www.meetingmagazine.nl) vind je altijd het actuele nieuws uit de MICE-branche. Heb je zelf iets interessants te melden zoals een jubileum, een bijzondere bijeenkomst, een uitbreiding van het team, een nieuw initiatief of een nieuw product of dienst? Meeting Magazine publiceert dit graag op de website. Persberichten kun je doormailen naar hoofdredacteur Sofie Fest via [sofie@vanmunstermedia.nl](mailto:sofie@vanmunstermedia.nl).

# De beste meeting- en eventlocaties van Nederland

Na het verzamelen van genoeg reviews, het invullen van de online survey, een uitgebreid jury-interview en een locatiebezoek, zijn de winnaars van de Nationale Meeting Award 2019 bekend! Op maandag 11 maart mochten vijf locaties de award in ontvangst nemen bij Postillion Hotel Amsterdam.

Fotografie Seijbel Photography





Finalisten en juryleden  
categorie SmallFinalisten en juryleden  
categorie MediumFinalisten en juryleden  
categorie LargeFinalisten en juryleden  
categorie Extra Large**DE WINNAARS VAN 2019:****Categorie Small (capaciteit tot 25 personen)**

- Winnaar: De Amstel Tafel
- Tweede plaats: De Fruitproeverij
- Derde plaats: Bartmanzboot

Juryvoorzitter Zulayka Martis: "We hebben genoten van de jurybezoeken en waren onder de indruk van het ondernemerschap dat we bij deze drie locaties troffen. Uiteindelijk hebben we de Amstel Tafel als winnaar gekozen. Het is een grote en lichte vergaderruimte met mooi uitzicht op de Amstel die zeer geschikt is voor de high-end markt. De catering is goed verzorgd en de gastvrouwen zijn uiterst betrokken en professioneel. Jacintha Ruppert, oprichter van Meetables waar De Amstel Tafel onderdeel van is, is zeer ondernemend en heeft een vernieuwende blik op de branche."

**Categorie Medium (capaciteit tot 100 personen)**

- Winnaar: Stayokay Soest
- Tweede plaats: citizenM Rotterdam
- Derde plaats: Humanity House

**Over de Nationale Meeting Award**

De Nationale Meeting Award is een initiatief van Meeting Magazine, MeetingReview, Vergaderhamers en CLC-VECTA. Het is dé onafhankelijke award voor de beste meeting- en eventlocaties van Nederland die uitblinken in kwaliteit, gastervaring en ondernemerschap. Voor de editie in 2019 konden locaties zichzelf nomineren door minimaal tien reviews via MeetingReview te verzamelen en een uitgebreide online survey in te vullen. Vervolgens werden de tien beste locaties per categorie geïnterviewd door de vakjury. De drie finalisten per categorie werden ten slotte vereerd met een bezoek van de vakjury. De locaties met de hoogste scores hebben de Nationale Meeting Award gewonnen. Meer informatie is te vinden op [www.nationalemeetingaward.nl](http://www.nationalemeetingaward.nl) en via Twitter, Instagram en LinkedIn.

Juryvoorzitter Fleur Tresfon-Funke: "We hebben drie zeer verschillende locaties bezocht en overall werden we zeer gastvrij ontvangen. De winnaar Stayokay Soest is centraal gelegen in een groene omgeving. Vanuit het hele



gebouw zie je die mooie omgeving terug en dat zorgt voor een bijzondere beleving. De locatie is laagdrempelig, verzorgd en sfeervol ingericht. De personeelsleden hebben heel veel hart voor de locatie, dit stralen ze uit in alles. De locatie is zeer flexibel wat betreft service en opstelling, kortom een terechte winnaar!”

**Categorie Large (capaciteit tot 250 personen)**

- Winnaar: Mariënhof
- Tweede plaats: Ernst Sillem Hoeve
- Derde plaats: Bilderberg Europa Hotel

Juryvoorzitter Tamar Nijenhuis: “Alledrie de locaties hebben erg hun best gedaan en hebben veel te bieden. Maar bij Mariënhof begint de beleving op het moment dat je er binnenstapt. Zo hing de gang vol met ballonnen en kregen we een hapje geserveerd gebaseerd op ons karakter. Het contact is persoonlijk en er wordt heel goed met je meegedacht. De locatie zelf is zeer geschikt voor een congres of meeting en de historische uitstraling combineert bovendien prachtig met de moderne invloeden en accenten.”

**Categorie Extra Large (capaciteit tot 500 personen)**

- Winnaar: Bilderberg Hotel Vaalsbroek



Finalisten en jurylid categorie Extra Extra Large

- Tweede plaats: Van der Valk Hotel Sassenheim
- Derde plaats: Van der Valk Hotel Nijmegen-Lent

Juryvoorzitter Ron van Steenis: “We vonden het lastig om een winnaar te kiezen, maar uiteindelijk heeft het betrokken personeel van Bilderberg Hotel Vaalsbroek de doorslag gegeven. Iedereen die we hebben gesproken, is bevlogen en vertelt graag over zijn of haar werk. De locatie maakt

de beloftes over zalen en uitstraling waar. Vergaderen in de buitenlucht is mogelijk met flip-overs en zitzakken in de tuin, net als diverse teambuildingsactiviteiten. De hotelkamers zijn ruim van opzet en van alle gemakken voorzien.”

**Categorie Extra Extra Large (capaciteit vanaf 500 personen)**

- Winnaar: NH Amsterdam Schiphol Airport
- Tweede plaats: TheaterHotel De Oranjerie
- Derde plaats: Theater Buitensoos





18  
>

Juryvoorzitter Angélique Vugts: "Bij de locaties die we hebben bezocht, kwam de passie voor het vak naar voren. Maar die passie was nog het meest aanwezig bij NH Amsterdam Schiphol Airport. The Greenhouse is een prachtige evenementenlocatie waar je je echt in Amsterdam waant. Ook over het cateringconcept is erg goed nagedacht. Daarnaast is deze locatie zeer innovatief wat betreft duurzaamheid, zalen en techniek."

#### KENNISEVENEMENT

Voorafgaand aan de uitreiking vond een kennisevenement plaats. Na het openingswoord van CLC-VECTA directeur Riemer Rijpkema verwelkomde dagvoorzitter Gijs Weenink keynote spreker Justin Jansen op het

podium. De hoogleraar Corporate Entrepreneurship aan de Erasmus Universiteit ging in op het belang van gezonde groei en strategisch management. Slechts enkele bedrijven zijn innovatief en bewegen mee met de ontwikkelingen in de maatschappij. "De meeste bedrijven waar het goed gaat, hebben geen oog voor eventuele bedreigingen. Die bedreigingen, bijvoorbeeld in de vorm van disruptieve bedrijven, komen vaak uit andere sectoren. Zij hebben vaak nieuwe verdienmodellen waar de meeste bedrijven niet goed of niet snel genoeg op kunnen reageren." Jansen noemt als voorbeeld Swapfiets, een fietsverhuurbedrijf opgericht door een aantal Delftse studenten. Dit bedrijf heeft een enorme groei doorgemaakt en heeft nu 1.500





medewerkers. "Dit idee komt dus niet uit de branche zelf, bijvoorbeeld vanuit de fietsfabrikanten. Overigens is het bedrijf inmiddels al overgenomen door Pon. Die schaalbaarheid is een andere tendens in de huidige economie. Bedrijven worden steeds vaker overgenomen waardoor de gemiddelde leeftijd van een bedrijf is teruggelopen van 33 jaar naar gemiddeld 12 jaar (in 2017)."

Volgens Jansen moeten bedrijven hun korte termijn focus verleggen naar de lange termijn en kijken naar groei en verandering. "Om dit te bereiken zul je je bedrijfsvoering fundamenteel moeten veranderen. Kijk naar nieuwe markten, waar je eigen competenties liggen en hoe je die in die nieuwe markt in kunt zetten." Ook diversiteit in het management-team noemt Jansen als voorwaarde, "want dan bekijk je zaken uit meerdere perspectieven en kom je tot en effectievere besluitvorming."

Na de plenaire sessie konden de bezoekers kiezen uit drie workshops. Stijn Oude Vrielink en Diederik Smit van School of Venues gaven een vliegende start over hoe je jouw opdrachtgevers beter bereikt en natuurlijk emotioneel



raakt door middel van contentmarketing. Sergio Romijn van Braynnz deed uit de doeken hoe je met principes uit de neuromarketing het irrationele gedrag van consumenten (en dus ook bezoekers van events) positief kunt beïnvloeden. Juryleden Angélique Vugts en Jacqueline Groebé hielden een Q&A sessie over de uitdagingen van congres- en eventmanagers.

Meer foto's en een video-impressie zijn te vinden op [www.nationalemeetingaward.nl](http://www.nationalemeetingaward.nl) en [www.meetingmagazine.nl](http://www.meetingmagazine.nl).

#### NOMINATIE VOOR 2020

Wil jij ook een gooi doen naar de Nationale Meeting Award? De eerste kandidaten hebben zich al aangemeld voor de volgende editie in 2020. Kijk voor meer informatie op [www.nationalemeetingaward.nl](http://www.nationalemeetingaward.nl).





meeting®  
magazine.nl



Vijftiende jaargang Meeting Magazine

# De huisstijl ontwikkelt mee

20  
>

**In 2019 gaat Meeting Magazine alweer het vijftiende jaargang in. Om dit te vieren blikken we een jaar lang terug op de ontwikkelingen in het magazine en in de branche.**

**W**anneer een vakblad het vijftiende jaargang ingaat, is het niet verwonderlijk dat de huisstijl de afgelopen jaren een aantal metamorfoses heeft ondergaan. Gedurende de eerste vier jaargangen van Meeting Magazine kreeg de coverfoto ruim baan op de voorkant. De inhoudsopgave was maar liefst vier pagina's lang, waarbij een aantal artikelen in hun geheel als afbeelding erbij werd geplaatst. Bij de artikelen zelf werd veel kleur gebruikt bij de rubriekskop en de ondertitel.

In 2009 werd de vormgeving voor het eerst ingrijpend aangepast. De cover kreeg een boven- en onderrand. De onderrand werd voorzien van drie afbeeldingen die betrekking hadden op de drie katernen in het magazine: Meeting, Abroad en Eventz. Het lettertype maakten we een tikje kleiner waardoor er meer ruimte voor wit stond en de pagina's wat rustiger ogen.

De coverfoto kreeg vanaf 2011 weer alle ruimte en de kleine afbeeldingen aan de onderzijde verdwenen. Door minder woorden per pagina te gebruiken, was er meer ruimte voor foto's. Voor kaderteksten, streamers en quotes werden leesballonnen gebruikt. Het lettertype was iets groter geworden, wat de leesbaarheid ten goede kwam.

De huidige huisstijl presenteren we met de publicatie van editie 3 in 2015. Met name de nieuwspagina's en de columns werden flink onder handen genomen. De columns hebben tegenwoordig een grijze achtergrond en de foto's van de columnisten komen prominenter in beeld. Anno 2019 is deze vormgeving nog steeds erg geliefd bij lezers en het redactieteam!

**In de komende edities verschijnen meer edities en artikelen uit veertien jaargangen Meeting Magazine. Heb jij een herinnering aan een bepaald artikel of een bepaald onderwerp uit een eerdere editie? Laat het ons weten via [socie@vanmunstermedia.nl](mailto:socie@vanmunstermedia.nl)**



# meeting magazine.nl

MULTIMEDIAAL VERBAOD VOOR ZAKELIJKE RIJKEMAGAZIJNEN EN OVERNAMEMANTEN

COVERSTORY | BEURS-WORLD TRADE CENTER ROTTERDAM  
**ONBEGRENSEDE MOGELIJKHEDEN IN HARTJE ROTTERDAM**



REPORTAGE | NATIONAAL SUSTAINABILITY CONGRES  
REPORTAGE | DE CHARME VAN DE ALGARVE  
REPORTAGE | WERKLEZIGE ZWITERS GEVOEL IN NEDERLAND



## ONGEKEND VEELZIJDIG TWENTE

Twente is een regio met veelzijdige mogelijkheden voor zakelijke evenementen. Het gebied is rijk aan natuur, cultuur en historie, wat het ideaal maakt voor uiteenlopende activiteiten. Van natuurwandelingen tot historische rondtochten, Twente biedt alles wat u nodig heeft voor een succesvol evenement.

Twente is een regio met veelzijdige mogelijkheden voor zakelijke evenementen. Het gebied is rijk aan natuur, cultuur en historie, wat het ideaal maakt voor uiteenlopende activiteiten. Van natuurwandelingen tot historische rondtochten, Twente biedt alles wat u nodig heeft voor een succesvol evenement.



De MICE-markt in Europa blijft groeien. Steeds meer landen promoten hun zakelijke accommodaties op hoog niveau. Zo deed het grootste zakelijke reisbureau in Aalborg in Denemarken 42.24 bedrijven om directe vluchten naar het noorden van Denemarken te gaan organiseren. Een delegatie bestaande uit journalisten, travel agents, reisbureaus kreeg op 27 maart afval een voorproefje. Het de sprekersgast van RUM op het Deense Aalborg vloog af naar het land van de Vikings. [logos.nl](http://logos.nl)

## Op naar Aalborg



De MICE-markt in Europa blijft groeien. Steeds meer landen promoten hun zakelijke accommodaties op hoog niveau. Zo deed het grootste zakelijke reisbureau in Aalborg in Denemarken 42.24 bedrijven om directe vluchten naar het noorden van Denemarken te gaan organiseren. Een delegatie bestaande uit journalisten, travel agents, reisbureaus kreeg op 27 maart afval een voorproefje. Het de sprekersgast van RUM op het Deense Aalborg vloog af naar het land van de Vikings. [logos.nl](http://logos.nl)



Wanneer u wilt genieten van de natuur en de historie van Twente, is het gebied van Twente een uitstekende keuze. Het gebied is rijk aan natuur, cultuur en historie, wat het ideaal maakt voor uiteenlopende activiteiten. Van natuurwandelingen tot historische rondtochten, Twente biedt alles wat u nodig heeft voor een succesvol evenement.

# Meeting Magazine.nl



## Woudschoten Subliem Genieten

De zakelijke kant van de Veluwe - Amsterdam, stad vol attracties - Efteling opent [event]locatie Raveleijn - Onderweg naar Meetovation - Terugblik event 11

# Meeting Magazine.nl



Luc van Bussel, oprichter  
**Maak kennis met het aardigste bedrijf van Nederland**

De Achenhoek, grootste zakelijke reisbureau van Nederland, is een bedrijf dat zich richt op zakelijk gebruik. Het bedrijf is een van de meest succesvolle bedrijven van Nederland.



## Een goede keuze

POD in beeld Cyprus  
De Nederlandse Organisatie voor Wetenschappelijk Onderzoek (NWO) organiseert elk jaar een conferentie voor wetenschappers uit Nederland. Deze conferentie is een uitstekende gelegenheid om kennis te maken met de nieuwste ontwikkelingen op het gebied van wetenschap en technologie.



Als team organiseren we nu een goede keuze in dienst van Cyprus dankzij de bezoekers.  
Wanneer u wilt genieten van de natuur en de historie van Twente, is het gebied van Twente een uitstekende keuze. Het gebied is rijk aan natuur, cultuur en historie, wat het ideaal maakt voor uiteenlopende activiteiten. Van natuurwandelingen tot historische rondtochten, Twente biedt alles wat u nodig heeft voor een succesvol evenement.



Ingrid interviewt

# Nico Meyer, Meeting Monitor/ Qmatters

Een leven lang leren is een van Ingrid's levensmotto's. Het is een van de redenen waarom zij actief is als consultant en trainer. In deze nieuwe serie interviewt Ingrid iedere keer iemand die haar inspireert, van wie zij wil leren of heeft geleerd. Kennis die zij ook graag anderen gunt.



**A**llereerst vraag ik aan Nico wat Meeting Monitor/Qmatters doet. Nico antwoordt kort en krachtig: "Ik help partijen om de impact en effectiviteit van hun events te laten groeien", om vervolgens enthousiast te vertellen hoe hij dat aanpakt! Heerlijk, dat is passie voor het vak! "Ik doe dit bijvoorbeeld door behoeftes van opdrachtgevers goed te inventariseren, doelstellingen scherp geformuleerd en meetbaar te krijgen en vooral ook praktisch vertaalbaar te maken."

Zijn toegevoegde waarde is het samenbrengen van mensen, ideeën, doelen en verwachtingen in combinatie met zijn kennis over het werkveld. Al deze aspecten hebben invloed op de impact van een bijeenkomst. Hij trekt met de opdrachtgever samen op. Afhankelijk van de ontwikkelwens in één of meer gesprekken of praktische sessies. Veranderen van events gaat doorgaans het beste in kleine stapjes "anders verwar je deelnemers meer dan dat je hen helpt een impactvol event te ervaren."

#### MEETBARE EFFECTEN

Nico vertelt dat het meetbaar maken van de effecten van een event eigenlijk al start voordat je het event

Velen van ons hebben de ROI piramide wel eens gezien. De diverse lagen in de piramide werken toe naar het effectief meten van financiële meerwaarde van een event, ROI. De basis begint bij de doelgroep voor wie je organiseert. Daarna maak je de stap naar algemene tevredenheid na het event, naar wat heb je geleerd, wat gebruik je nu nog en wat was het effect van die gedragsverandering om uiteindelijk te eindigen bij Return on Investment.

Bron: <https://eventroi.org/methodology>

of congres vormgeeft. "Ik gebruik hier onder andere de Phillips ROI Methodology voor, niet alleen voor het meten maar juist ook om te vertrekken vanuit het gewenste effect om dit vervolgens stapsgewijs te vertalen naar de opzet van het event."

#### BENUTTEN VAN DATA

Nico gaat verder: "Een uitdaging ligt zeker ook in het benutten van de data. Veel organisatoren meten wel iets,

vaak is er data over de tevredenheid over het event zelf. Wat daarna komt, wordt exponentieel minder gemeten." Maar welke data je ook hebt, hij ziet te vaak dat de focus ligt op het verzamelen ervan, en niet op het interpreteren. En dat is zonde. Daarom ontzorgt hij in het verzamelen, analyseren en interpreteren van data, zodat de focus voor de opdrachtgever op het verbeteren van het event zelf kan liggen.

#### BESPARINGEN

Evalueren en meten kan volgen Nico ook tot besparingen leiden. "Door data goed te analyseren en vanuit een breder perspectief te bekijken. Kijk je bijvoorbeeld alleen vanuit het perspectief van cateraar of registratie naar rijen bij buffetten of balie, dan ligt het voor de hand om extra punten te creëren. Maar door breder te kijken, zou een oplossing ook wel eens in communicatie kunnen liggen, waardoor die extra kosten voor uitgiftepunten helemaal niet nodig zijn."

#### BELANGEN

Wat heeft de lezer van Meeting Magazine nu aan deze informatie? "Als je events organiseert, zijn er altijd veel belangen om rekening mee te houden. Het kost immers geld, middelen en tijd van alle stakeholders. Je kunt er als organisator op wachten dat iemand vragen gaat stellen over 'nuttig bestede euro's'. Heb je niets geregeld, dan gaan anderen voor je bepalen. Maar je kan zelf de regie houden. Hoe? Simpelweg door te beginnen met meten. Alles wat je doet, is een stap op weg naar goede antwoorden. Van daaruit kun je steeds verder verbeteren."

#### INTERESSANTE ONTWIKKELINGEN

Als ik Nico vraag naar ontwikkelingen die hij met interesse volgt, noemt hij technologie zoals kunstmatige intelligentie. Dit gaat in de toekomst anders meten mogelijk maken. "Neem nou Watson, de AI van IBM. Deze is inmiddels zo ver dat door middel van gezichtsanalyse de emoties van deelnemers in een zaal in kaart gebracht kunnen worden. Nu is het nog kostbaar, maar dat zal ongetwijfeld veranderen. Interessant is dan overigens ook het ethische aspect van privacy."

#### INSPIRATIE

Op mijn vraag wie hem inspireert, hoeft Nico niet heel lang te denken. Richard Branson omdat hij staat voor een onconventionele aanpak. Hij zegt "durf te gaan als je gelooft dat het goed is" en dat vindt Nico ook. "Kijk eens anders en durf te doen om tot andere resultaten

#### Enkele tips van Nico:

- Bereid de evaluatie voor, zodra je doelstellingen en de opzet van het event duidelijk hebt. Rondom het event heb je het al druk genoeg
- Bepaal vooraf goed wat het doel van de evaluatie is (welke inzichten moet de evaluatie opleveren) en wat je dus moet meten
- Zorg voor korte, duidelijke, ondubbelzinnige en neutraal geformuleerde vragen en check of de antwoordopties matchen (dus geen ja/nee op een hoe vraag!)
- Vraag niet meer dan je 'moet' weten maar zorg dat je al je essentiële informatie uitvraagt
- Informeer duidelijk en eerlijk over het aantal vragen en de invultijd
- Laat zien wat je met de resultaten doet, dat maakt duidelijk waarom men de moeite moet nemen om feedback te geven.

te komen", is zijn advies. Inspiratie haalt hij eigenlijk overal uit waardoor hij nog iedere dag leert. "Of je nu op een beurs rondloopt of een verre reis maakt, je wordt altijd rijker door inzichten, ervaringen en kennis."

#### DROMEN

Nico ligt 's nachts nergens van wakker maar als ik hem naar zijn dromen vraag, zegt hij dat hij stiekem droomt van een wereld waarin alle events impact hebben. Niemand organiseert immers een event zo maar. "Het gaat altijd om het leveren van tastbare toegevoegde waarde."

#### KOM IN BEWEGING

Tot slot vraag ik aan Nico welke tip hij ons mee kan geven, zegt hij enthousiast "Kom in beweging! Als je stil staat, kom je niet verder." Ook hier geeft Nico meteen een creatieve tip. "Begin klein. Als je net begint met meten, combineer dan een simpele basisevaluatie met bijvoorbeeld badge recycling. Twee dozen bij de uitgang. Eén met een duim omhoog en één met de duim omlaag met een vraag: 'was deze bijeenkomst waardevol?', zo heb je snel, slim en zonder kosten je eerste feedback."

Een gevoel van enthousiasme blijft mij bij. Wat is het toch leuk om met gepassioneerde professionals te werken en van hen te leren!

**Ingrid Rip is eigenaar van RREM, hét bureau voor training, coaching en projecten binnen de congresmarkt sinds 2003. Vragen? Mail naar [info@rrem.nl](mailto:info@rrem.nl).**





Branchespelers maken vuist tegen voedselverspilling

# Maatregelen voor een kleinere afvalberg

**De MICE-branche zet elk jaar prachtige bijeenkomsten neer, maar produceert daarbij ook een grote hoeveelheid (voedsel-)afval. In Nederland zijn er gelukkig verschillende partijen die hun verantwoordelijkheid nemen en actief inzetten op afvalreductie en het tegengaan van voedselverspilling.**

## NO WASTE COÖRDINATOR

Hutten Catering heeft voor het tegengaan van voedselverspilling een No Waste Coördinator aangesteld. Deze functie wordt ingevuld door Edith Jansen. "Het initiatief hiervoor ontstond vijf jaar geleden, toen Hutten Catering samen met Wageningen University & Research onderzoek deed naar voedselverspilling. Met name de partycatering bleek een flink aandeel in dit fenomeen te hebben en dit was dan ook het eerste onderdeel waarmee de No Waste Coördinator aan de slag ging. Vervolgens is ook de business catering onder de loep genomen. Tegenwoordig opereer ik als No Waste Coördinator organisatiebreed en

heb ik een controlerende en adviserende rol."

Om te voorkomen dat na afloop van een event grote hoeveelheden voedsel moeten worden weggegooid, neemt Hutten Catering verschillende maatregelen. "Een deel van de verspilling gaan we tegen door goed te letten op de juiste grammages. Een deel van het voedsel wordt gekoeld bewaard zodat ingrediënten die overblijven kunnen worden hergebruikt. Versdecoraties zoals tomaten en peterselie verwerken we in maaltijden voor onze eigen samenwerkers (medewerkers, red). De presentatiewijze heeft ook invloed op de hoeveelheid voedselafval. Met een walking diner kun je gepast bereiden en serveren. Wanneer een buffetvorm de voorkeur heeft, kun je ervoor kiezen om niet alles meteen te presenteren en juist tussendoor te monitoren en aan te vullen. Natuurlijk ontkomen we er niet aan dat er na afloop delen van maaltijden overblijven. Deze worden verwerkt in onze composteermachine en uitgedeeld aan onze samenwerkers, die het kunnen verwerken in eigen tuin."



Naast de voedselreststromen wordt ook bij de andere afvalstromen gekeken hoe deze gereduceerd kunnen worden, bijvoorbeeld door middel van hergebruik. “We hantieren een streng disposablebeleid waarbij circulaire varianten de voorkeur hebben. Binnen de business catering maken we bijvoorbeeld gebruik van composteerbare servetjes. Plastic gebruiken we alleen als het ook echt een functie heeft. Het is en blijft echter een ketensamenwerking. Daarom nemen we steeds meer een adviserende rol aan richting de opdrachtgever en roepen we onze toeleveranciers op om anders of minder te verpakken.”

#### KOKEN TEGEN VERSPILLING

Naast cateraars zetten ook locaties volop in op het tegengaan van voedselverspilling. In de keukens van restaurant en cateringbedrijf Instock wordt gekookt met producten die er niet mooi uit zien, dagoud brood en producten in verkeerde verpakkingen. De gerechten worden ook via foodtrucks op locatie aangeboden. Het bedrijf brouwt zelfs eigen bieren van oud brood en aardappelen. “Door voedsel te redden, voorkomen we dat dit wordt weg-

gegooid”, vertelt mede-oprichter Freke van Nimwegen. “Onze chef-koks zorgen voor kwalitatief goede gerechten die mooi worden gepresenteerd. Op die manier laten we zien hoe goed het voedsel is dat wordt weggegooid. Wanneer we zelf te veel hebben gered en het niet kunnen verwerken, bieden we dit via een online webshop aan. Ook werken we samen met een groot-

“Naast cateraars zetten ook locaties volop in op het tegengaan van voedselverspilling.”

handel voor de horeca en doneren we aan de voedselbank.” Om te voorkomen dat de restaurants in Amsterdam, Den Haag en Utrecht zelf eten moeten weggooien, koken de chef-koks nauwkeurig op hoeveelheden en worden de geredde producten in zoveel mogelijk gerechten verwerkt. “Maar resten van gerechten die we niet

#### Afvalfacts

- Volgens ‘Wastewatcher’ Thomas Luttikold kost voedselverspilling een cateraar of restaurant minstens 7.000 euro per jaar.
- Via de app Transfarnation kunnen eventmanagers in New York overgebleven voedsel aanbieden, dat door vrijwilligers bij daklozen- en andere hulporganisaties wordt bezorgd. De app heeft sinds de lancering in 2013 al bijna 14.000 kilo voedsel gered.
- Meer dan 250.000 geregistreerde gebruikers kunnen in Nederland via de app Too Good To Go bij meer dan 1.000 restaurants kijken welke locaties tegen sluitingstijd nog maaltijden over hebben. Bestellen en betalen kan via de app. Too Good To Go is actief in negen Europese landen. Tijdens de Horecava in de RAI werden dit jaar overgebleven maaltijden via deze app aangeboden.
- De meest verspilde producten op basis van kilogram zijn melk en melkproducten, brood, groenten, fruit, sauzen, oliën en vetten.

Bron: [easyparty.nl](http://easyparty.nl), [Too Good To Go](http://Too Good To Go)





kunnen verwerken, worden na het serveren vergast tot biogas." De bedrijfsvoering van Instock zelf is ook duurzaam. "Rietjes worden niet gebruikt en de gecaterde gerechten worden geserveerd in disposals van Natural Tableware. Verder vind je hier enkel duurzame schoonmaakmiddelen, koffie en thee en dragen we zelf bedrijfskleding van 100% gerecycled katoen. De restaurants zijn ingericht met kunst met een boodschap en tweedehands meubilair. Van oude materialen maken we bijzondere ornamenten zoals een oude ventilator als lamp, haakjes van oude winkelwagens als kapstok en een oude koelkastlade als wandrek. De hoeveelheid afval houden we zo klein mogelijk en wordt gescheiden afgevoerd." Alle drie de restaurants hebben elk een zaal die kan worden ingezet voor vergaderingen, trainingen en recepties. Sinds twee jaar maakt de verhuur van deze zalen een enorme groei door. "Mensen zijn op zoek naar een inspiratieve locatie met een verhaal en zijn nieuwsgierig naar het concept. De zaal bieden we bewust gratis aan, in de hoop dat gasten dan extra geld besteden aan het eten. Op die manier kunnen we zoveel mogelijk voedsel redden."

#### GEMEENGOED

Eric van Veluwen is biologisch kok en mede-eigenaar van cultuur- en congrescentrum Antropia. Deze groene locatie opereert al sinds 1998 duurzaam. Het restaurant is 100% biologisch en heeft een Gouden EKO certificering. In de keuken wordt volgens de 80/20 regel gekookt

waarbij groenten de hoofdrol spelen. "Mensen willen weten waar hun eten vandaan komt, dat zie je onder andere terug in de opmars van lokale producten. Zo gebruiken wij de honing van het landgoed. Op een gemiddelde cateringlijst voor een zakelijke bijeenkomst geeft tegenwoordig zeker 30% van de deelnemers een voorkeur voor bepaalde gerechten aan, zoals vegeta-

"Mensen willen weten waar hun eten vandaan komt, dat zie je onder andere terug in de opmars van lokale producten."

risch. Bewust eten begint steeds meer gemeengoed te worden." Om zelf voedselverspilling tegen te gaan, worden de hoeveelheden op de buffetten in het restaurant gedoseerd aangeboden en wordt alles op kleinere schalen gepresenteerd en naar behoefte aangevuld. Ook de borden zijn kleiner. Van Veluwen: "Als locatie zit je altijd in een spagaat tussen gastvrijheid en het tegengaan van voedselverspilling. Bij catering zijn we van oudsher gewend aan overdaad, maar inmiddels heeft ook de gast moeite met een buffet waarvan de helft in de container belandt." Wat betreft het afval heeft Van Veluwen





als uitdaging gesteld om zo min mogelijk grondstoffen het landgoed af te laten gaan. "Groenafval gaat naar Stichting De Wederkerigheid die hier op het landgoed een zorgboerderij runt en het aan de dieren voert. Het vlees en de eieren komen uiteindelijk bij ons in de keuken terecht. Bij verpakte producten kijken we of de verpakking retour kan, zoals glas en tetra. Soms kan een andere manier van verpakken voor een reductie van de hoeveelheid afval zorgen. We blijven innoveren op het gebied van duurzame oplossingen, niet in de laatste plaats omdat het ook gewoon financieel loont. Wel is het zaak om binnen je bedrijf iedereen te motiveren om een bijdrage te leveren."

#### PILOTS DRAAIEN

In de afgelopen twintig jaar zijn de eisen van het duurzaamheidskeurmerk Green Key steeds verder aangescherpt en dat geldt ook zeker op het gebied van voedsel en het managen van de afvalstromen. "Waar we eerst vooral keken naar het gebruik van biologische-, fair trade- en streekproducten kijken we nu ook kritisch naar proportionering en het tegengaan van voedselverspilling", vertelt directeur Erik van Dijk. "We merken dat er veel aandacht aan wordt besteed in de branche en stimuleren dit ook met onze criteria. Zo worden gerechten steeds vaker in een grote en een kleine portie aangeboden en is de keuze aan vegetarische gerechten veel groter geworden. We stimuleren ondernemers ook om hier zelf meer over te vertellen op de website en op de menukaart." Volgens Van Dijk kunnen locaties op eenvoudige wijze

"We blijven innoveren op het gebied van duurzame oplossingen, niet in de laatste plaats omdat het ook gewoon financieel loont."

de hoeveelheid voedselafval tegengaan. "Bied voedsel in kleinere porties aan en zet actief in op buffetmanagement. Door niet alles in één keer op het buffet te zetten maar juist tussendoor aan te vullen heb je meer controle op de hoeveelheid, de versheid en de uitstraling van het buffet. Wil je

echt weten wat je per maand aan voedsel verspilt, houd dan eens een maand lang bij wat je inkoop en wat je weggooit. Neem bij het noteren van de hoeveelheden ook de inhoud van de swill ton mee (alle weg te gooien bereide etensresten. Deze resten worden gegist tot biogas, red). Op basis van die bevindingen kun je scherper inkopen." Voor het reduceren van afvalstromen bieden de eisen van de Green Key handige tips. "Vervang mono-verpakkingen jam bij het ontbijtbuffet bijvoorbeeld door gelabelde potten en laat de gast zelf een hoeveelheid opscheppen in een glazen schaal. Bied geen flesjes water aan maar kraanwater in glazen flessen. Koffiemelk, suiker en koekjes kun je op roomstelletjes presenteren. Uiteraard staat hygiëne altijd voorop, maar binnen de kaders zijn er volop creatieve mogelijkheden te bedenken." Een andere ontwikkeling die Van Dijk noemt is dat hotelcosmetica steeds vaker in een hervulbare knijpflacon wordt aangeboden. "Wil je toch graag kleinverpakkingen aanbieden, kies dan voor recyclebare verpakkingen en leg deze alleen neer als de gast hier expliciet om vraagt. Halflege verpakkingen kun je apart inzamelen en aan het goede doel schenken. En let erop dat alles zo veel mogelijk gescheiden wordt ingezameld en afgevoerd. Koffiedrab kan bijvoorbeeld gebruikt worden voor het kweken van champignons. Je kunt zelfs porselein apart verzamelen en twee keer per jaar op laten halen door je afvalverwerker."



Gerecht uit de keuken van Instock



Vijfjarig jubileum MeetingReview

# Online platform groeit door naar 6.000 locaties

Marco Kole en Robert Spakman startten vijf jaar geleden MeetingReview en vieren dit jaar hun jubileum. Een mooi moment voor een interview met de initiatiefnemers en om meer over het bedrijf te weten te komen.

Fotografie Erwin Budding Photography

**M**eetingReview begon met een droom: het realiseren van een platform waar de management-assistent en eventplanner middels gebruikerservaringen worden geholpen bij het organiseren van een meeting of event. Niet als bemiddelaar of publisher maar als onafhankelijk reviewplatform. Marco Kole en Robert Spakman vinden dat je moet kunnen vertrouwen op gebruikerservaringen van andere brancheprofessionals. "Wanneer je een locatie boekt voor een groot zakelijk event, een boardmeeting of een meerdaagse training, wil je dat het top is." Daarnaast liet het idee van online reserveren Marco en Robert niet los. "Want tegenwoordig kan je alles online doen, waarom is een vergaderzaal reserveren dan nog steeds zo lastig? Dat kan toch allemaal niet zo moeilijk zijn?", dachten ze.

## MONSTERKLUS

In 2013 gingen de heren live met ruim 3.000 locaties op het platform die ze er allemaal zelf op hadden gezet. "Eén voor één checkten we de locaties; een monsterklus", zegt Robert. "En het was een grote gok: wordt dit wel gepikt door de markt? Zijn we niet te brutaal? Maar, zo dachten we, we bieden een online platform om je locatie gratis te profileren met eigen teksten, eigen foto's en goede criteria









om te zoeken: daar kan toch niemand op tegen zijn?" De reacties bleken zeer positief. Een maand na de introductie hadden al meer dan 300 locaties hun profiel bijgewerkt met foto's, teksten, YouTube-filmpjes en 360 graden foto's. "Maar met het aanmaken van een profiel ben je er niet natuurlijk", zegt Marco. "Vanaf het begin was ons credo: je moet met reviews aan de slag! Daarom bedachten we het Faseringsplan (zie kader). Dit plan brengt structuur om stapsgewijs een optimaal rendement te halen uit je vermelding en inspanningen op MeetingReview. In combinatie met gratis webinars op de donderdagmorgen bieden we iedereen de helpende hand." Ook kunnen deelnemers naast de doe-het-zelf methode de hulp van experts (bijvoorbeeld Anne-Mieke van den Hoeven) uit de branche inschakelen of deelnemen aan workshops over hoe je succesvol met reviews kan omgaan. Een eigen 60-pagina dik Handboek Online Reputatie wordt aan de deelnemers ter beschikking gesteld. De kennis van Marco en Robert over online reputatiemanagement is tevens onderwerp van de tweewekelijkse blog op de website.

#### BRANCHEBREED

Een veel gehoorde reactie: 'wat moet ik met een reviewcijfer op MeetingReview?' Robert: "Wat toch nog velen in de branche niet weten is dat de MeetingReview-scores van vergader- en evenementenlocaties al bij 18 verschillende locatieplatforms vermeld worden. Denk hierbij aan DNLS, OneMeeting en Locaties met Meerwaarde(n), maar ook op regionale platforms als LocatieAmersfoort, Convention Bureau Gelderland en dit jaar ook op

#### Faseringsplan

- Fase 1: Prikkel de bezoeker met een aantrekkelijk profiel
- Fase 2: Verzamel veel goede beoordelingen
- Fase 3: Slimme communicatie

VisitBrabant. We zijn blij met deze samenwerking omdat we hiermee echt een onafhankelijk merk voor reviews bouwen." Een reviewscore voor de vergader- en evenementenlocaties op het online platform wordt daarmee steeds belangrijker. "Dit past ook bij onze ambitie: een branchebreed platform. Daarom zijn we ook begonnen met de prijzen en awards, zoals de Publieksprijs en Nationale Meeting Award. De laatste organiseren we samen met branchevereniging CLC-VECTA, vakblad Meeting Magazine en kwaliteitskeurmerk Vergaderhamers. Onze missie met deze prijzen is om het kaf van het koren te scheiden. Want als je hard werkt voor je gasten in de hospitalitybranche, krijg je goede reviews en dan verdienen je het ook om klanten te krijgen. Zo simpel is het."

#### BETROUWBAARHEID VAN REVIEWS

MeetingReview doet veel om de betrouwbaarheid van reviews te waarborgen. Robert: "100% garantie kan geen enkel reviewplatform je geven, maar we doen er alles aan om fake-reviews te voorkomen. Natuurlijk heeft iedereen wel een voorbeeld van een gekke review, maar deze branche heeft zich enorm ontwikkeld, ook de gebruiker. Werden er vroeger door hotelpersoneel op zondagmiddag

**Partnerschap MeetingReview**

MeetingReview is gratis toegankelijk, net als de vele tools op je dashboard om je te helpen aan je reviewscore te werken. Je kunt zelfs de widgets gebruiken om de score of reviews op je eigen website te tonen. Ook worden ze gratis bij andere platformen getoond. Wil je meer informatie toevoegen, zoals een telefoonnummer of een link naar de landingspagina, Facebook en Instagram, dan heb je de optie om partner te worden voor twee tientjes per maand. Dit is elk jaar opzegbaar. Na opzegging blijft het gratis basisprofiel (het starterspakket) gewoon beschikbaar.



nepreviews geschreven, tegenwoordig kan dat niet meer." Marco lacht: "Dan sturen we een mailtje met: bedankt voor de test. We hebben de review verwijderd! Je houdt iedereen in zijn waarde én de boodschap is dan wel overgekomen. Het gebeurt dan niet weer." Robert: "Vrijwel alle hotelketens werken inmiddels exclusief samen met MeetingReview of zijn druk met implementatie. We doen succesvol zaken met merken als Postillion Hotels, Bilderberg, Apollo, NH Hotels, Van der Valk Hotels en Stayokay." Mark Struik, commercieel directeur Postillion Hotels: "Bij hotelkamers zijn peer2peer reviews al jaren een standaard. Op het gebied van vergaderingen is MeetingReview met veel ambitie in dat gat gesprongen. Omdat wij de ambitie van expert hebben zijn positieve peer2peer reviews een minimale randvoorwaarde."

**TOEVOEGING DIENSTEN**

Ruim 6.000 locaties staan er nu op MeetingReview. Maar als je een startpunt wil zijn voor belangrijke keuzes bij meetings en events, dan blijft het niet bij alleen locaties. Daarom voegden Marco en Robert in 2015 ook diensten toe aan de site. "Als je een locatie boekt, heb je wellicht ook notulisten nodig, een dagvoorzitter, een fotograaf, een lachworkshop, een energizer voor je meeting." Neem bijvoorbeeld Aaaaha! Bureau voor live communicatie met meer dan 100 reviews en een reviewscore van 8,8. Eigenaar Erik Peekel: "De reviews op MeetingReview helpen ons om nieuwe klanten te overtuigen. Elke offerte beginnen we met onze reviewscore en quotes uit de reviews op MeetingReview. Dat heeft een krachtig effect. Gedragspsycholoog Dr.

Robert Cialdini onderzocht hoe overtuigingskracht werkt. Onlangs heb ik hem geïnterviewd in een webinar. Hij legde me uit dat je reviewscores niet onderaan je website moet verbergen, maar dat ze bovenaan je website en offerte mensen direct overtuigen."

**NETWERK**

Sinds 2013 hebben Marco en Robert hun netwerk in de vergader- en evenementenbranche flink uitgebreid. Robert: "Onze gebruikers gaan ons platform steeds intensiever gebruiken en dan komt vanzelf de behoefte om het meer en meer uit te nutten. 9 van de 10 deelnemers die het platform actief omarmen door met reviews aan de slag te gaan, wordt uiteindelijk partner van MeetingReview (zie kader). Op de jaarlijkse beurs EventSummit stonden er 46 partnerlocaties als standhouder op de beurs die ons predicaat 'STER-locatie' mogen voeren. Dit zijn partners met een reviewscore van een

8,0 of hoger. Dan ben je echt ook wel een beetje trots." Of er nog spannende dingen staan te gebeuren? Marco: "De Publieksprijs gaan we aanpassen naar een regionaal model, daarmee wordt de Nationale Meeting Award de enige prijs voor een landelijke waardering van locaties en de Publieksprijs voor de regio's." Internationale plannen blijken er ook te zijn. Robert: "Het online reviewplatform is een schaalbaar model. Daarom kijken we nu naar de landen om ons heen om ook daar ons reviewplatform te lanceren." "We are here, and here to stay!", glimlacht Marco.

**MeetingReview werkt intensief samen met haar partners. De foto's bij dit artikel zijn belangeloos gemaakt door Erwin Budding Fotografie. De Amstel Tafel voor deze fotoshoot is ter beschikking gesteld door Jacintha Ruppert van Meetables: een gebruiker van het eerste uur van het platform.**

**Online reserveren**

Gaat online reserveren succesvol worden in de vergader- en eventbranche? Marco en Robert zijn ervan overtuigd. Maar ze geloven wel in rechtstreekse boekingen bij locaties. Robert: "Immers, de personen op de locatie zijn het beste op de hoogte van de mogelijkheden. MeetingReview faciliteert om rechtstreekse boekingen bij locaties mogelijk te maken. Of een reservering rechtstreeks gaat of via een intermediair, laten we vrij aan de deelnemer. Daarom kunnen we ook samenwerken met bemiddelaars en met softwareleveranciers. We zijn onlangs gestart met de derde softwaresamenwerking via MICE operations, een softwareleverancier van zo'n reserveringsmodule. Locaties kunnen deze tool op hun eigen website plaatsen maar ook op MeetingReview." MeetingReview is geen bemiddelaar en handelt deze aanvragen dan ook niet zelf af. "Dit willen we niet, hierop zijn we niet ingericht. Business gaat rechtstreeks naar de locatie of via het gekozen intermediair."





**imex** **FRANKFURT**  
21-23 MAY 2019

## WE CHALLENGE YOU, BE CURIOUS, ASK "WHAT IF..."

IMEX in Frankfurt's Talking Point for 2019 is 'IMAGINATION' and we'll be celebrating and encouraging this innate aspect of our humanity. We're challenging the global meetings and events industry to exercise more curiosity AND produce more worthwhile events as a result.

Following in the footsteps of innovators and change-makers, IMEX in Frankfurt will guide you to ask "What if..." in three areas that could transform your future events strategy:

### TRANSFORMATION & COLLABORATION

What if... unusual partners work together, not apart?

### DIVERSITY & INCLUSION

What if... we intentionally include all kinds of people?

### SUSTAINABILITY

What if... we are really committed to cutting down on waste?

**THE WORLDWIDE EXHIBITION FOR INCENTIVE  
TRAVEL, MEETINGS AND EVENTS**

2019  
TALKING  
POINT

## IMAGINATION

**We challenge your curiosity!**

**Register now at**

[imex-frankfurt.com/register](http://imex-frankfurt.com/register)

## American Hotel wordt Hard Rock Hotel Amsterdam American

Met een aanwezigheid in meer dan 76 landen, kondigt Hard Rock International de uitbreiding van haar hotelportfolio aan, met de opening van Hard Rock Hotel Amsterdam American. Het huidige American Hotel aan het Leidseplein, gevestigd in één van de beroemdste Jugendstilgebouwen van de stad, biedt vanaf april 2020 als eerste hotel in Nederland de kenmerkende Hard Rock-sfeer. Het hotel blijft ook de thuisbasis van Café Americain waar de wereldberoemde leestafel - de oudste van Amsterdam - zijn rentree zal maken. Het Hard Rock hotel krijgt 173 kamers en suites, de interieurs werden onlangs al gerenoveerd. Dit najaar wordt ook de lobby in originele staat teruggebracht. Alle vintage decoratieve elementen blijven intact, van glas-in-loodramen tot levendige schilderijen op de binnenmuren, die ook zullen worden versierd met kenmerkende Hard Rock-memorabilia. Léon Dijkstra, algemeen directeur Eden Hotels en eigenaar van het American Hotel: "Ik ben heel blij met Hard Rock Hotels als partner in Amsterdam. Het appelleert aan een publiek dat past bij zowel de visie van de stad als wat wij als Amsterdams hotelbedrijf graag zien. Namelijk gasten van over de hele wereld die van muziek en luxe houden. Gasten die uitstekende service en comfort op prijs stellen. Met pop-rock tempels Paradiso en Melkweg om de hoek, ontvangt het American Hotel al jaren artiesten en muzikanten uit de hele wereld. Daarom was het voor ons een logische beslissing om Hard Rock Hotels naar het 'muziekplein' van Amsterdam te brengen. Bovendien delen we hun progressieve visie op een duurzame planeet die wij op lokale wijze zullen implementeren. Het familiebedrijf Eden Hotels blijft de eigenaar van het American Hotel, dus met deze samenwerkingsconstructie hebben we het beste van beide werelden." Het Hard Rock Hotel Amsterdam American is geschikt voor zowel zakenreizigers als toeristen en biedt zowel vergaderruimtes als merkspecifieke voorzieningen, zoals een Body Rock® fitness centrum en het muziekbelevingsprogramma The Sound of Your Stay®, waarmee gasten een vak-kundig samengestelde afspeellijst kunnen streamen of downloaden bij het inchecken. Ook kunnen gasten genieten van het unieke Rock Om® yoga-programma op de kamer, dat lichaam en geest energie geeft door de kracht van muziek.



## Amsterdam Marketing krijgt nieuwe naam: amsterdam&partners

Per 4 maart heet de organisatie amsterdam&partners. Een naam die past bij de aangescherpte strategie die de nadruk legt op kwaliteit in plaats van kwantiteit, voor de gehele Metropool Amsterdam. Waarbij de bewoner centraal staat en bezoekers en bedrijven welkom blijven. Geerte Udo die per 1 maart startte als nieuwe directeur, staat voor de uitdaging om met alle partners de regie te houden op de uitdagingen van de Metropool Amsterdam. amsterdam&partners richt zich op het gidsen van de nationale en internationale bezoeker die met respect voor de stad en haar bewoners naar de Metropool Amsterdam komt. Doel is hen op een kwalitatief hoogwaardige manier te gidsen naar het culturele aanbod en de onverwachte plekken in de stad en metropool te laten ontdekken. Dit bevordert bovendien spreiding. Ook ten aanzien van bedrijven en congressen staat kwaliteit voorop. De aandacht gaat naar die bedrijven en congressen die banen in de Metropool Amsterdam realiseren en bijdragen aan duurzaamheid en innovatie. De benadering van de internationale bezoeker is een goed voorbeeld van een effectieve metropool brede aanpak. "Een volgende belangrijke stap is de regie te pakken op de gezamenlijke aanpak van uitdagingen op het gebied van wonen, werken, studeren en cultuur in de Metropool Amsterdam", zegt Geerte Udo. De naam Amsterdam Marketing past niet meer bij de aangescherpte koers. "De term marketing wordt gekoppeld aan meer. Maar het is kwaliteit waar we voor kiezen. De nieuwe naam benadrukt wat we doen, met wie en voor wie. Samen met een veelheid aan partners en relaties dragen wij bij aan een leefbare en welvarende Metropool Amsterdam. Die belofte blijft onveranderd." Geerte Udo (45) studeerde Bestuurskunde aan de Universiteit in Leiden. Na haar studie begon zij als consultant bij adviesbureau Twijnstra Gudde (2000). Zij adviseerde over vraagstukken die veelal te maken hadden met samenwerkingen en verandermanagement in de publieke sector. In 2006 vertrok zij naar Amsterdam Partners en in 2013 nam zij zitting in het managementteam van het toenmalige Amsterdam Marketing, het huidige amsterdam&partners. Al van kinds af aan heeft Udo een voorliefde voor kunst, cultuur en lekker eten. Ze woont inmiddels 20 jaar in Amsterdam.





WTCA General Assembly: 9,3 voor organisatie door WestCord WTC Hotel Leeuwarden

# Ultiem visitekaartje

Friesland begint zich internationaal steeds sterker te profileren. Daarin is een niet te onderschatten rol weggelegd voor Leeuwarden, Culturele Hoofdstad van Europa in 2018, terwijl WestCord WTC Hotel op zakelijk gebied de verbindingen legt. Het hotel gaf een ultiem visitekaartje af door in april vorig jaar met succes de WTCA General Assembly te organiseren.

**Tekst** Aart van der Haagen

**Fotografie** WestCord Hotels, Peter de Jong

**C**irca een jaar geleden zoomden we al eens uitgebreid in op de verbouwing van de faciliteiten van WestCord WTC Hotel Leeuwarden als locatie voor congressen, evenementen en zakelijke bijeenkomsten. Voor het gemak hebben we de kenmerken nog even in een kader op een rijtje gezet. “Laten we de mogelijkheden en onze servicegraad tastbaarder maken aan de hand van een voorbeeld”, stelt General Manager Ben Helle voor. Niet zómaar een voorbeeld, want WestCord WTC Hotel Leeuwarden viel vorig jaar de eer te beurt om de WTCA General Assembly te ontvangen. “Dat evenement mag je, eenvoudig gezegd, zien als de jaarlijkse algemene ledenvergadering van alle World Trade Centers in de wereld. Daaromheen worden allerlei activiteiten georganiseerd, die de internationale handel een impuls geven en inzicht bieden in de bedrijvigheid in de regio en de zakelijke kansen. Ook maken de internationale deelnemers kennis met in dit geval de Nederlandse en de Friese cultuur en legt de gastheer hen culinair in de watten.”

## Kenmerken WestCord WTC Hotel Leeuwarden

- Ligging nabij binnenstad
- Gratis parkeergelegenheid
- Grenzend aan WTC Expo, 45.000 m<sup>2</sup>
- 143 hotelkamers
- 15 vrij indeelbare multifunctionele zalen
- Moderne audiovisuele middelen
- Ontvangstlocatie Plaza tot 1.000 personen plenair
- Zaal New York tot 650 personen plenair
- Congresruimte tot 2.500 personen

## ENORME IMPULS

WestCord WTC Hotel Leeuwarden beschikt over alle faciliteiten om binnen de mondiale World Trade Center-organisatie het predicaat ‘full membership’ te mogen dragen. Het illustreert de ambitie van de Friezen, aangezien de accommodatie in haar huidige opzet pas tien jaar actief is. Helle: “Er zit een lustrum aan te komen, direct na de zomer, waarbij we groots zullen uitpakken.” Terecht, want in de congres- en evenementenwereld ontwikkelde WestCord WTC Hotel Leeuwarden zich in relatief korte tijd tot een speler van betekenis; nationaal en ook steeds meer internationaal. “We leggen connecties met andere landen en stimuleren verbindingen met de drie noordelijke provincies. Dat Leeuwarden zich in 2018 Culturele Hoofdstad van Europa mocht noemen, dat heeft de regio absoluut een

enorme impuls gegeven. Horeca, bedrijfsleven; iedereen deed goede zaken." Het legde ook WestCord WTC Hotel Leeuwarden geen windeieren. Wanneer de Friezen ergens hun schouders onder zetten, dan komen er mooie dingen tot stand.

#### ZES ONVERGETELIJKE DAGEN

Dit laatste weerspiegelt zich onbetwist in het 'binnenhalen' van de WTCA General Assembly. "Onze algemeen directeur hield in 2015 op de ledenvergadering in Las Vegas een presentatie over de mogelijkheden in Leeuwarden, ondersteund met filmpjes", vertelt Helle. "Bekend was toen reeds dat we in 2018 de status van Culturele Hoofdstad van Europa zouden verkrijgen. Er lag dus een ultieme kans, maar tegelijkertijd wisten we ook dat we maar één keer de gelegenheid hadden om een goed visitekaartje af te geven." Die rol nam WestCord WTC Hotel Leeuwarden uiterst serieus, waarmee het 450 gasten - een bovengemiddeld groot aantal deelnemers - zes onvergetelijke dagen bezorgde. "Het programma bevatte onder meer presentaties en toespraken door gezaghebbende mensen binnen het WTC, directieleden van internationaal opererende bedrijven en lokale politici. Het bood ook trainingen, workshops en excursies naar de Dairy Campus, Wetsus en andere interessante organisaties binnen de drie noordelijke provincies. Verder zorgden we voor allerlei culturele elementen, waaronder uitstapjes naar musea, speciaal ook voor de partners van de deelnemers. Tijdens de laatste avond was er in onze Plaza een



galadiner met op het podium een big band en als afsluiter een interactieve eindshow. Aangezien de WTCA General Assembly qua timing precies aansloot op Koningsdag, boden we degenen die dat wilden de mogelijkheid om een dag naar Amsterdam te reizen en daar te overnachten."

#### HOOGSTE RAPPORTCIJFER

Dat alles vergde nogal wat inspanningen en aandacht van WestCord WTC Hotel Leeuwarden, dat anderhalf jaar van tevoren begon met het treffen van de eerste voorbereidingen. "Los van het regelen van alle faciliteiten en het benaderen van partners om een compleet programma te kunnen inrichten moesten we rekening houden met heel veel verschillende culturen, aangezien we mensen uit 130 landen zouden ontvangen. Dat betekende ons verdiepen in alle

gewoontes en gebruiken, ook belangrijk voor onze catering. Contact met WTC's elders in de wereld leverde in dit kader waardevolle informatie op." De gedegen aanpak bleef bij de bezoekers niet onopgemerkt: in een enquête waardeerden zij de algehele kwaliteit en service met een 9,3, het hoogste rapportcijfer in veertig jaar tijd binnen de wereldwijde organisatie. "Volgens de gasten was alles tot in de puntjes geregeld en werd er adequaat gehandeld in ad-hoc-situaties. 'We komen graag nog eens terug', kregen we vanuit het hoofdkantoor te horen. We hebben met de voorbereiding een heel arbeidsintensief traject achter de rug, maar Nederland en speciaal de drie noordelijke provincies absoluut op de kaart gezet."

[www.westcordhotels.nl](http://www.westcordhotels.nl)







# Doet u mij maar een vergaderdieet!

**Heb jij ook het gevoel dat je te lang en te veel vergadert?  
Snak jij ook naar minder, maar wel energieke vergaderen?**

Tekst Rob de Haas, auteur 'Ongewoon Goed Vergaderen'

**A**cties zoals alle meetings maximaal drie kwartier en alleen nog maar staand vergaderen klinken best stoer en ze kunnen zeker effect hebben, maar ze bieden geen garantie voor permanent vergaderplezier. Want het is met een vergaderdieet niet anders dan met ons eigen dieet: we redden het vaak niet als we echt alleen puur gaan voor minder kilo's of voor elke dag een half uur hardlopen. Denken dat door geforceerd iets te roepen het wenselijke gedrag wel volgt, is een misvatting. Maar wat kenmerkt dan wel een goed vergaderdieet?

## VIJF-STAPPEN-VERGADERDIEET

Er is een slimme manier voor het succesvol verbeteren van onze meetings. Het gaat erom dat je het vergadergedrag bij de wortels aanpakt. Het vergaderdieet in vijf stappen:

- Stap 1: verzamel data over hoe mensen de huidige vergaderingen ervaren (je kunt een op onderzoek gebaseerde vragenlijst van 16 vragen aanvragen op [www.robdehaas.nl](http://www.robdehaas.nl)).
- Stap 2: stel samen het lonkend perspectief vast voor het hele team: hoe zouden inspirerende, daadkrachtige meetings eruit zien, en wat doen jullie dan (niet meer)?
- Stap 3: kies samen een concrete actie die bijdraagt aan dat schitterende perspectief en spreek met elkaar af dat je elkaar hierop aanspreekt.
- Stap 4: evalueer deze actie na een tijdje, scherp de actie aan waar nodig totdat deze in het collectief vergadergedrag verankerd is.
- Stap 5: formuleer samen een volgende, nieuwe actie die bijdraagt aan jullie lonkend perspectief en die naar jullie idee goed aansluit bij jullie wensbeeld.

## GEZAMENLIJK WENSBEELD

Alle diëten werken beter als we ons gevoel kunnen verbinden met een verleidelijk beeld, dat als een magneet voor ons werkt: nog lang willen wandelen, tekenen, rei-

zen, enz. maken het een stuk eenvoudiger om je aan je dieet te houden.

Waarom niet samen hardop uitspreken dat je grootste wens is dat je straks geen vergadering van deze groep zou willen missen? Samen een gezamenlijk wensbeeld van goede meetings vergroot de kansen op een succesvol vergaderdieet. De meest voorkomende wensen voor betere vergaderingen zijn:

- meer energie en inspiratie
- resultaatgerichtheid vergroten
- onderlinge relaties verbeteren

#### Wensbeeld 1: meer energie en inspiratie

Als je met elkaar kiest voor meer energie en inspiratie, dan is dat de focus waarmee je de vergaderingen voorbereidt en uitvoert. Richt je op de juiste mensen, uitdagende, spannende doelstellingen per agendapunt en zorg dat het om thema's gaat die er echt toe doen.

#### VERGADERINGEN WORDEN WORKSHOPS

Je komt er dan al snel achter dat wanneer de vergadergroep groter is dan zes mensen, je veel meer in subgroepjes gaat

werken, zodat iedereen interactief meedenkt en gehoord wordt: vergaderingen als interactieve workshops met ruimte voor ieders inbreng.

#### Wensbeeld 2: resultaatgerichtheid vergroten

Meer focus op het resultaat vereist dat je vooraf weet wat je met de bespreking wilt bereiken. Je vergroot de kans op een beter resultaat door vooraf deze vragen te beantwoorden:

- Voor wie is dit thema echt relevant?
- Past het onderwerp bij onze opdracht als team?
- Voor wie heeft het te nemen besluit consequenties?
- Wie heb ik er per se bij nodig om het besluit te nemen?

Het woord agenda komt van het Latijnse Agendum, wat 'dat wat om actie vraagt' betekent. Als je resultaatgerichter wilt werken, is het goed om je af te vragen of de tijd rijp is voor deze actie. Dus agendeer alleen thema's die of urgent en belangrijk zijn, of niet-urgent en belangrijk.

#### Wensbeeld 3: onderlinge relaties verbeteren

Memorable bijeenkomsten die mensen lang bij blijven, kenmerken zich door een mix van persoonlijke verbinding en goede resultaten. In die volgorde ook, want wij zijn namelijk op ons best als we ons gehoord en gezien voelen.

#### OOG VOOR ONDERLINGE RELATIES

Een prachtig instrument om de onderlinge relaties blijvend te voeden, is de check-in, zoals gemeentesecretaris Jan l'Ortije die in het MT van afgelopen december 2018 inleidde. Het was werkelijk een juweeltje, waarbij de zeven deelnemers ieder op geheel eigen wijze ingingen op de drie vragen:

- Hoe gaat het met jou privé?
  - Hoe gaat het met je team?
  - Hoe gaat het met jou als leidinggevende?
- Rustig vertelde ieder op haar en zijn eigen wijze wat hen bezig hield: zo ontstond een onzichtbare, sterke verbinding tussen de teamleden: een sterke basis van waaruit men vervolgens pittige discussies met elkaar aanging.





# toMeet



## Thermen Bussloo

"Mooiste businesslocatie op de Veluwe!"

Bloemenksweg 38 | 7383 RN Voorst | T 055-3682 615  
events@thermenbussloo.nl | www.thermenbussloo.nl



## Landgoed Rhederoord

"Rhederoord geeft zuurstof aan uw zakelijke bijeenkomst!"

Parkweg 19 | 6994 CM De Steeg | T 026-4959104  
info@rhederoord.nl | www.rhederoord.nl



## Strandclub en Evenementenlocatie Watergoed!

"Unieke en sfeervolle evenementenlocatie!"

Tielsestraat 129 | 6675 AC Valburg | T 0488-410222  
info@watergoed.nl | www.watergoed.nl

## Een congres, vergadering of zakelijke bijeenkomst organiseren?

### Welkom in Gelderland!

Ben je op zoek naar een passend congrescentrum, een bijzondere vergaderruimte of een inspirerende evenementenlocatie voor jouw evenement? Op deze pagina tref je een overzicht van inspirerende locaties in Gelderland. In Gelderland vind je een uniek aanbod voor zakelijke bijeenkomsten, want Gelderland:

- ✓ ligt centraal in Nederland;
- ✓ biedt goed bereikbare professionele vergaderruimtes en evenementenlocaties;
- ✓ is thuisbasis van kennisuitwisseling en innovatie voor Food, Health, EMT en Sport;
- ✓ biedt inspirerende steden als Arnhem, Nijmegen en Apeldoorn;
- ✓ heeft een prachtige natuurlijke omgeving;
- ✓ heeft een zichtbare rijke historie met prachtige kastelen en landgoederen;
- ✓ biedt topattracties als Burgers' Zoo, Paleis het Loo, de Apenheul, Nederlands Openluchtmuseum.

conventionbureau.nl

convention  
bureau  
 gelderland



## De 'quick fix' van stress naar geluk

In mijn reeks van columns over lachen, endorfine, neurotransmitters en andere chemicaliën werd ik geïnspireerd of misschien wel verbaasd door de jeugd van tegenwoordig. Ja dat klinkt wat bejaard, maar ondanks dat ik me natuurlijk nog steeds iets van begin dertig voel - maar helaas niet meer ben - merk ik nu toch echt dat er een kleine generatiekloof begint te ontstaan. Het gaat over de containerbegrippen 'stress' en 'geluk' waar iedereen het iets te vaak over heeft. Er is erg veel stress, vooral bij de millennials en generatie z. Dankzij de opvoeding die deze generaties genoten hebben, waarin ouders hun afwezigheid thuis gingen compenseren en hun kinderen veel meer complimenten gaven dan de generaties daarvoor ooit kregen, hebben ze best wel vaak moeite met alle stress die ze ervaren.

Als ik vraag waardoor die stress veroorzaakt wordt, hoor ik vaak 'werk' als eerste genoemd, daarna 'carrière', het gezin en natuurlijk 'studie'. Maar dan volgen er ook nog een heleboel andere dingen zoals alle vriendenclubjes waarvan niets gemist mag worden, de wereld verbeteren, de ziekte van een huisdier en het bijblijven op social media. En ik durf het bijna niet te zeggen, zeker nu mijn 81-jarige moeder ook iets te snel reageert op appjes, maar veel mensen zijn volledig verslaafd aan hun smartphone. Het zorgt voor minder slaap en meer stress. En vooral voor minder geluk. Ten eerste moet de helft van de Nederlandse bevolking binnenkort naar de fysio door al die geknikte nekken en ten tweede zijn veel van die berichten op social media 'too good to be true'.

Nu naar de chemicaliën. Als moderne vader die goed contact met zijn kinderen probeert te onderhouden, is alles natuurlijk bespreekbaar en hoor je ook dat heel normaal is om even een halfje of een kwartje 'te doen'. Voor mij codetaal, maar velen weten dat het tijd is om even een kwart of een halve XTC pil in te nemen. Vrijwel niemand die dat niet doet om echt even te genieten van een event of een feest. Ik hoor het zelfs van leeftijdgenoten dat dit heel erg leuk is. Kenners zeggen me dat ze een gevoel van saamhorigheid en openheid ervaren en zich energiekeker voelen. Een mooie 'quick fix' om van stress naar geluk te gaan. Ik begrijp wel dat het zo populair is en er zoveel geld in omgaat. Voor vijf euro ben je klaar en koop je even wat geluk. Net zo makkelijk! Ben benieuwd wanneer XTC gelegaliseerd gaan worden.

Ikzelf ga vanavond gewoon even lekker sporten. Heerlijk! Komt er endorfine vrij. Dat is gratis, van mezelf en geeft ook een geluksgevoel. Of ben ik nu echt ouderwets aan het worden?

### *Wouter Olland*

Eigenaar van Olland Marketing Solutions. Met zijn bureau OMS geeft hij advies en trainingen op het gebied van sales en hospitality.





## Inspirerende locaties met oog voor de omgeving

Onderstaande meeting- en eventlocaties zetten in op Maatschappelijk Verantwoord Ondernemen, waarbij winst voor mens, maatschappij en milieu centraal staan in hun handelen.



### Van der Valk Hotel Nijmegen-Lent

*“Verassend vanzelfsprekend”*

Hertog Eduardplein 4, Nijmegen | **T** 024 792 02 00  
nijmegen@valk.com | www.valknijmegen.nl



### Woudschoten Hotel & Conferentiecentrum

*“Nice to meet!”*

Woudenbergseweg 54, Zeist | **T** 0343 492 492  
info@woudschoten.nl | www.woudschoten.nl



### Hotel Mitland

*“Gelegen op een van de mooiste locaties van Utrecht”*

Ariënslaan 1, Utrecht | **T** 030 271 58 24  
info@mitland.nl | www.mitland.nl



### de Baak Seaside

*“De Baak Seaside verfrist”*

Koningin Astrid boulevard 23, Noordwijk  
**T** 071 369 01 79 | welcome@debaakseaside.nl  
www.debaakseaside.nl



### Landgoed de Horst

*“Rust en inzicht in het bos”*

De Horst 1, Driebergen | **T** 0343 55 61 79  
welcome@landgoeddehorst.nl  
www.landgoeddehorst.nl





## Kontakt der Kontinenten

*“Wereldse gastvrijheid”*

Amersfoortsestraat 20, Soesterberg | **T** 0346 351 755  
info@kontaktderkontinenten.nl  
www.kontaktderkontinenten.nl



## Johan Cruijff Arena

*“Altijd doeltreffend”*

ArenA Boulevard 1, Amsterdam | **T** 020 311 1333  
info@amsterdamarena.nl  
www.amsterdamarena.nl



## Antropia, Cultuur- en Congrescentrum

*“Gastvrijheid en duurzaamheid komen op het landgoed op natuurlijke wijze samen.”*

Hoofdstraat 8, Driebergen | **T** 0343 53 1818  
reserveringen@antropia.nl | www.antropia.nl



## CORPUS congress Centre

*“Lijf communicatie”*

Willem Einthovenstraat 1, Oegstgeest  
**T** 071 751 0200 | info@corpuscongresscentre.nl  
www.corpuscongresscentre.nl



## De Bonte Wever

*“Onbegrensde mogelijkheden”*

Stadsbroek 17, Assen | **T** 0592 356 000  
info@debontewever.nl | www.debontewever.nl



## ECC Leiden

*“Dé eventlocatie centraal in de Randstad”*

Haagse Schouwweg 10, Leiden | **T** 071 535 5523  
info@eccleiden.com | www.eccleiden.com





# ISE verbindt

**Het grootste beursoppervlak ooit (56.100 m<sup>2</sup>), meer dan 81.000 bezoekers en ruim 1.300 exposanten. Ook de 16e editie van Integrated Systems Europe (ISE) brak weer alle records. Wij pikten de interessante producten voor de MICE-branche eruit.**

## NOVID / LEDBLOX

De inmiddels zeer bekende LT Series, een volledig modulair LED-systeem, is heel eenvoudig toe te passen in bijvoorbeeld beursstands, televisiestudio's of op evenementen. De tegels zijn compatibel met standaard aluminium frames, maar kunnen ook gebruikt worden als een aparte constructie, waardoor ze gemakkelijk geïntegreerd kunnen worden in elke soort opstelling. Bovendien kent de serie een brede waaier aan varianten, zowel voor indoor- als outdoor-toepassingen. Maar is er meer dan de LT Series. "Naast de LT heb je bijvoorbeeld ook de LI, met de I van 'invisible', wat een transparante variant is", legt Wouter Van Beirendonck uit. "En bijvoor-

beeld de LS, een Super High Definition variant. Naast die technische naam hebben we ze ook nog allemaal een roepnaam gegeven: de HDBlox, de UHDBlox, Frameblox en Transblox bijvoorbeeld." Daarnaast is er bovendien nog een hele serie aan accessoires, die voortdurend wordt uitgebreid en die ook allemaal een eigen plekje en naam binnen de line-up krijgen."

## VOGEL'S PROFESSIONAL

Op de stand van Vogel's Professional werd een nieuwe line-up gemotoriseerde displayliften geïntroduceerd. Daarmee springt Vogel's in op het feit dat bedrijven hun vergaderzalen en boardrooms in rap tempo moderniseren. Whiteboards en flipovers worden vervangen door grote, interactieve displays om een boeiende omgeving te creëren. Met slechts enkele componenten kan vrijwel iedere gemotoriseerde vloeroplossing gemaakt worden. De displayliften kunnen direct op de vloer gemonteerd worden of op een vloerplaat of trolley frame. Wanneer de displaylift op de vloer wordt verankerd, dient deze vastgezet te worden aan de muur met een speciale wandbeugel voor extra stabiliteit. De drie types gemotoriseerde displayliften zijn in hoogte verstelbaar en zijn geschikt voor XL displays en SMART boards tot 200 kg. In de interface

box is voldoende opbergruimte aanwezig voor eventuele hardware en bekabeling. Optioneel is een afsluitbare cover leverbaar, zo werd op de Amsterdamse beursvloer duidelijk gemaakt.

#### PANASONIC

Bij Panasonic ging het onder andere over de lancering van 's werelds eerste enkelvoudige 50.000 lumen 3-chip DLPTM SOLID SHINE laserprojector. De PT-RQ50K sluit volledig aan bij het doel van Panasonic om projectoren te produceren die een hoge helderheid combineren met relatief compacte afmetingen. Dit maakt de installatie eenvoudiger, wat met name erg belangrijk is als er op grote evenementen volgens een strak tijdschema moet worden gewerkt. Een enkele RQ50K heeft hetzelfde in huis als meerdere projectoren met een lagere helderheid, waardoor je bespaart op installatie- en setup-kosten. Het gebruik van een rode en een blauwe SOLID SHINE laser-fosfor aandrijving zorgt voor een geavanceerde kleurweergave. Zo kunnen levendige en meeslepende beelden worden geproduceerd om het publiek te verrassen. Panasonic haalt nog meer uit het koelsysteem van zijn vlaggenschip, de PT-RQ32K met 30.000 lumen, om zo de helderheid bijna te verdubbelen binnen een vergelijkbare compacte behuizing. De hermetisch gesloten optiek en het filterloze ontwerp dragen bij aan onderhoudsvrije projectie van 20.000 uur, zelfs in lastige omgevingen. De betrouwbaar-



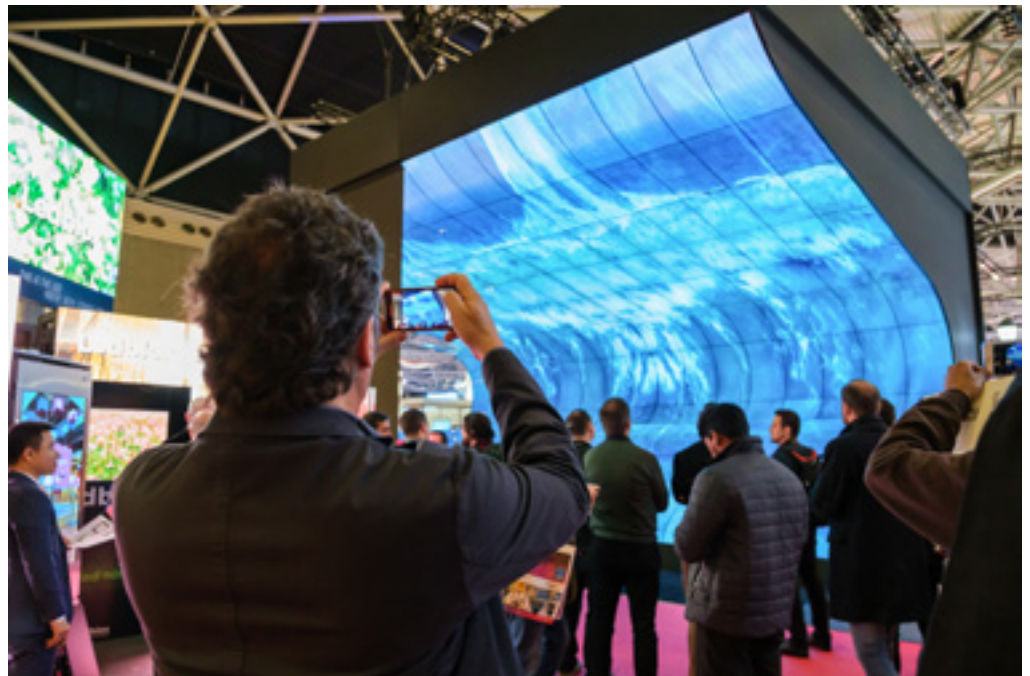
heid wordt vergroot dankzij een nieuw 'gedualiseerd' concept in de projector. Het is nog even wachten, de PT-RQ50 komt in december 2019 op de markt.

#### DATAVIDEO

Datavideo is al sinds jaar en dag bezig met het vereenvoudigen en kosteneffectiever maken van live video producties en dat werd op ISE uiteraard weer gedemonstreerd. De grootste introductie van Datavideo is de HS-1600T. Deze kunststof koffer klapt open en onthult zo een complete vierkanaals videostudio. Deze mobiele productielijn is niet nieuw voor Datavideo, maar dit is het eerste werksta-

tion waar je met slechts één enkele kabel een pan/tilt/zoom camera kunt aansluiten via HDBaseT. De voedingsspanning, het camera-signaal en alle controldata gaat allemaal over een simpele netwerkkabel. Dit heeft als voordeel dat je géén lokale voedingsspanning meer hoeft te gebruiken, de aansluitkabels een stuk voordeliger zijn en de gehele studio zeer snel op te bouwen en weer af te breken is. Ideaal voor het opnemen en uitzenden van vergaderingen, kleine podiumevenementen of bijvoorbeeld een kerkdienst.

DAC-75T is een nieuwe converter van Datavideo, voornamelijk bedoeld voor





de presentatie en conventiemarkt. In elke meetingroom of andere gelegenheid waar iemand zijn of haar eigen device meeneemt, loop je tegen hetzelfde probleem aan: standaarden en resoluties. Met de DAC-75T heb je hier geen last meer van, want dit vernuftige apparaat vormt alle SD en HD resoluties om naar het juiste formaat voor je scherm of projector. Dit soort apparaten bestaat al in vele soorten en maten, maar Datavideo heeft de converter uitgerust met een handig touch screen. Hiermee kun je als technicus eenvoudig instellingen maken en deze opslaan, waarna een gebruiker deze niet per ongeluk aan kan passen. Een gebruiker hoeft slechts de aansluiting te kiezen die hij gebruikt. Eenvoudiger wordt het niet!

#### AUDIO-TECHNICA

Audio-Technica's befaamde Engineered Sound series installatie microfoons heeft voor 2019 een update ondergaan en maakte zijn Europese debuut op ISE. Ontworpen en gemaakt in Japan, bestaat het modulaire ES assortiment uit vier verschillende elementen voor de ES925 microfoon. Zes verschillende zwanenhalzen en vier power modules, die allemaal onderling uitwisselbaar zijn. Alle lengtes, behalve de kortste, hebben een dubbele zwanenhals voor een nauwkeurige positionering. Met bijna 100 combinaties van capsules, zwanenhalzen en mounts beschikbaar, is de nieuwe ES

serie ideaal voor installaties die een uitstekende geluidskwaliteit vereisen en de flexibiliteit van verschillende configuraties.

#### SHURE

Op de fraaie nieuwe stand van Shure draaide het onder andere om het discussie- en conferentiesysteem Microflex Complete, waarvan ook een compleet draadloze variant beschikbaar is. Het discussie- en conferentiesysteem Microflex Complete is een assortiment draagbare en verzonken gemonteerde conferentie-units die eenvoudig kunnen worden geïntegreerd in directiekamers, parlaments- of raadszalen en formele vergaderruimtes. Gebruikers kunnen eenvoudig debatteren, stemmen, de agenda inzien en de juiste tolk kiezen en met de geïntegreerde NFC ID-kaarttechnologie kunnen deelnemers zonder conferentiemanagement-software of licenties voor extra functies worden geïdentificeerd. De nieuw ontworpen zwanenhals-microfoons bieden CommShield technologie voor RF-immuniteit en normgevende Microflex microfoonkoppen.

De Microflex Complete Wireless staat dankzij automatische interferentiedetectie en ruiswering garant voor betrouwbare draadloze communicatie, ook in de drukste RF-situaties. De draadloze AES-128-encryptie







zorgt voor verbeterde privacy en één MXCWAPT accesspoint kan zonder extra software of licenties maximaal 125 draadloze conferentie-units bedienen.

Daarnaast was er bij Shure aandacht voor het draadloze Axient Digital systeem. Axient Digital levert prestaties die aansluiten bij de meest veeleisende evenementen en installatieprojecten voor bedrijven. De Axient Digital ontvanger is compatibel met twee zenderassortimenten. De zenders van de serie AD bieden exceptionele RF-prestaties, digitale audio en netwerkconnectiviteit, terwijl in de zenders van de serie ADX ook ShowLink® geïntegreerd is. Dit maakt onvertraagde bediening van alle zenderparameters én automatische interferentiedetectie en ruiswering mogelijk. Tot de ADX serie behoort ook de eerste micro-bodypack met geïntegreerde zelfafstemmende antenne, die zorgt voor betere camouflage en meer comfort.

#### LG ELECTRONICS

De stand van LG trok veel bekijks en dat kwam in de eerste plaats door de unieke LG OLED Falls, voor het eerst te zien in Europa. De LG OLED Falls display werd mogelijk gemaakt door 88 flexibele OLED Open Frame-displays. De signage is voorzien van displays met een curve tot 1.000R voor het omringen van verschillende oppervlakken, perfect voor business-to-business toepassingen die

een op maat gemaakte aanpak vereisen. De videodemo's van onder andere een bos, gletsjer, waterval en sneeuwstorm vormden een bijzondere kijkervaring. Naast de OLED Falls konden bezoekers onder andere de Transparant OLED Signage van LG ervaren, een product dat meer science fiction lijkt dan de werkelijkheid. Dit product is ontworpen voor zowel retail- als galerieomgevingen en maakt het mogelijk om fysieke producten duidelijk te tonen achter het 38 procent transparante display, terwijl video's of afbeeldingen voor het object worden getoond. De kleinere, lichtgewicht LDM (LED Display Module) maakt een eenvoudige installatie mogelijk. De LG LAPE serie levert levendige beeldkwaliteit in elke ruimte, van winkelcentra tot vergaderruimtes.

#### BLACKBOX

De bekroonde Emerald 4K KVM over IP is een samengevoegd Unified KVM-systeem dat haarscherpe HD- of 4K-video levert over een IP-netwerk, een bedrijfseigen directe verbinding, of beide. Dankzij het delen van virtuele machines kunnen meerdere gebruikers dezelfde virtuele desktop en bronnen bedienen of bewaken. Emerald heeft meer mogelijkheden dan andere beschikbare KVM-oplossingen en zorgt voor een superieure kwaliteit, en een verlaging van je eigendomskosten alsmede je IT-investeringen.

#### AVONIC

Avonic gaf op de beurs een preview van hun nieuwe T-REX trackingoplossing voor educatietoepassingen. De T-REX is 's werelds eerste op 3D-techniek gebaseerde camera tracking systeem, waarbij gebruik wordt gemaakt van meerdere strategisch geplaatste Avonic PTZ-camera's. Het systeem schakelt volledig geautomatiseerd tussen de verschillende camera's waardoor een dynamische TV-achtige registratie ontstaat. Het systeem biedt de mogelijkheid om automatisch te schakelen tussen meerdere camera's en kijkhoeken en levert een veel boeiender kijkervaring op, waardoor de interesse van kijkers wordt vastgehouden.

De nieuwe CM70 lijn van hoogwaardige PTZ-camera's biedt een uitgebreide range aan functies die meestal alleen te vinden zijn op broadcastcamera's, inclusief een door de gebruiker te besturen kleurenmatrix. CM70-camera's leveren voor elke toepassing een uitstekende beeldkwaliteit, zelfs bij weinig licht, dankzij hun nieuwste generatie Panasonic high SNR CMOS-sensor en digitale ruisonderdrukking. Er zijn drie versies van de camera beschikbaar, waardoor gebruikers precies de juiste configuratie voor hun toepassing kunnen kiezen.





# GOODIES

Welke toffe goodies kun je inzetten voor je evenement en hoe zet je dit dan slim in? Samira Salman van EventGoodies selecteert voor Meeting Magazine een goodie en een toepassing hiervoor. Meer locaties, gadgets, entertainment, bijzondere catering en tips zijn te vinden op [eventgoodies.nl](http://eventgoodies.nl).

## MOGELIJKHEDEN MET BLOEIPAPIER

Bloeipapier, ook weleens groeipapier genoemd, heb je vast weleens gezien. Dat is duurzaam papier met bloemzaadjes erin. Na gebruik kun je het planten en komen er bloemetjes uit. Tot nu toe zag je het veelal in de vorm van een visitekaartje of Ansichtkaartje, maar je kunt er natuurlijk meer leuke dingen mee doen. Ook voor een evenement.

## FLYERS

Flyers belanden vaak al snel in de prullenbak. Zeker als je het in goodiebags stopt. Wil je je minder rot voelen van al het papier dat je gebruikt en weggeeft, dan is bloeipapier een mooi alternatief. En het is gelijk een leuke weggever. Mensen denken langer aan jouw evenement of bedrijf terug!

## BADGES

Je kunt ook badges maken van bloeipapier. Ideaal, want badges worden maar eenmalig gebruikt en ze zijn vaak van plastic of worden in een plastic hoesje gestopt. Dit is lekker duurzaam. Mensen kunnen het mee naar huis nemen of - net als je vaker ziet - het aan het eind van de dag inleveren in een bak. Iedereen die het wél leuk vindt om de zaadjes te planten, kan de badges uit de bak halen en meenemen!

## POLSBJNDJES

Er zijn ook polsbandjes van bloeipapier. Deze worden normaal gesproken van plastic gemaakt. Het is een goede oplossing voor grote evenementen of festivals waar mensen het naderhand op het veld gooien. Het meeste zal opgeruimd worden, maar de weggewaarde polsbandjes breken af en er komt een bloemetje voor terug.



The Mayer Manor, verbazingwekkende secret venue met rijke historie

# Verbluffende tijdreis

**Alsof je een sensueel schilderij binnenstapt. Het ene na het andere verblijf verrast, je mond valt wagenwijd open van verbazing en je kunt nog net 'ongelofelijk' uitbrengen. Een bekende reactie van bezoekers als ze The Mayer Manor binnenlopen en honderden jaren terug in de tijd stappen. Deze parel blijft voor de buitenwereld verborgen, maar is als secret venue met hoogwaardige catering kortgeleden beschikbaar gekomen voor besloten gezelschappen.**

Tekst Aart van der Haagen

**V**an buiten zou je niet vermoeden wat er zich binnen schuilhoudt in de kloosterwoning uit 1417, die later de rol van tabakshandelshuis vervulde. Vier verdiepingen kijken uit over de Nes, direct grenzend aan de Dam en bekend als de cultuurstraat van Amsterdam. "Hier valt alleen noorderlicht binnen, typerend voor alle klassieke tabaksgebouwen hier in de stad", vertelt Frank Hekelaar, eigenaar van De Artiësten, een exclusief bureau in culinaire concepten en evenementen, dat een aantal secret venues op zakelijk gebied exploiteert. "Hij leidt ons rond in de negen ruimten van dit somptueuze verblijf, opgetrokken in victoriaanse stijl, met twee imposante leeuwenkoppen als begroeting bij de entree.

"Wat je hier ziet, is echt", klinkt het, bijna ten overvloede. De handgemaakte marmeren tafel bij de enorme open haard, de operatielamp uit 1718, de toiletreservoirs uit

1860, de historische stoelen in de barbershop en het handgeklopte koper van de twee enorme baden in het ondergrondse badhuis; alles ademt authenticiteit en rijke historie. Je waant je in een compleet andere wereld en maakt een tijdreis naar het luxueuze leven van honderden jaren terug. Een fascinerende en vooral verbluffende ervaring.

## KNAPPEREND HAARDVUUR

The Mayer Manor behoort tot de vijf secret venues die De Artiësten in Amsterdam exploiteert. De bijzondere accommodatie valt volgens Hekelaar gemakkelijk te bereiken: "De Noord/Zuidlijn stopt voor de deur en de parkeergarage aan het Waterlooplein bevindt zich op acht minuten loopafstand. We kunnen hier tot 120 personen ontvangen voor een diner, een receptie of een walking dinner en bieden exclusieve meeting-, vergader- en presentatiemogelijkheden voor gezelschappen tot vijftig mensen. De hoog aangeschreven catering staat onder leiding van Dennis Huwaë, door Gault&Millau in 2018 verkozen tot meest talentvolle chef. Hoe gaaf is het als je dineert of vergadert bij het knapperend haardvuur of even een break-out neemt in het koperen badhuis? Om de sfeer compleet te maken, loopt al het personeel rond in kleding die aansluit bij de victoriaanse stijl van het gebouw." The Mayer Manor uniek noemen? Dat is nog zachtjes uitgedrukt.

[www.deartiësten.nl](http://www.deartiësten.nl)

[www.secretvenues.nl](http://www.secretvenues.nl)





# FOKKER TERMINAL

G A T E W A Y   T O   S P E C I A L   E V E N T S

## EEN MULTIFUNCTIONELE CONGRESLOCATIE IN DEN HAAG

Industriële uitstraling • Flexibel in te richten • 18 subruimtes! • Zeer goede bereikbaarheid • 385 parkeerplaatsen



INFORMEER NAAR DE  
**TURN-KEY**  
CONGRESPAKKETTEN  
VOOR 150 TOT 1.000 PERSONEN  
*inclusief gebruik van 17 subruimtes!*  
Check [FokkerTerminal.nl](http://FokkerTerminal.nl)

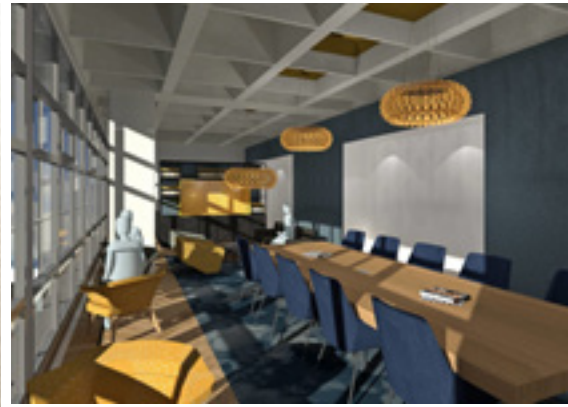


Fokker Terminal - Binckhorstlaan 249 - Den Haag  
Informatie en boekingen: 070 262 90 66



[WWW.FOKKERTERMINAL.NL](http://WWW.FOKKERTERMINAL.NL)





# Duurzaam vergaderen op de universiteitscampus

**Op 11 februari opende het U Parkhotel Enschede haar deuren. Zakelijke bijeenkomsten die hier plaatsvinden profiteren van de kennis, de faciliteiten en de ambiance van de campus van de Universiteit Twente in Enschede.**

**H**et U Parkhotel Enschede is gevestigd in het voormalige faculteitsgebouw voor elektrotechniek en technische natuurkunde, dat getransformeerd is tot een duurzaam hotel. "Bij de renovatie zijn zoveel mogelijk duurzame technieken en materialen toegepast", vertelt duurzaamheidscoördinator Pim van het Reve. "Zo wordt het gehele hotel verwarmd door middel van stadsverwarming en zorgt een warmtewiel voor de opvang en hergebruik van restwarmte." Op diverse plekken in het hotel, waaronder in de 72 hotelkamers, zijn industriële elementen zoals het betonnen cassetteplafond en betonnen pi-

laren zichtbaar gelaten als knipoog naar de voormalige functie van het gebouw. Ook de kleuren okergeel en donkerblauw komen overal in het gebouw terug. Grote delen van de muren in het hotel zijn bekleed met 'Jeans on the Wall', een unieke wandbedekking gemaakt van oude spijkerbroeken.

## COULISSELANDSCHAP

"Het U Parkhotel is een plek waar wetenschap en bedrijfsleven elkaar kunnen ontmoeten", vertelt directeur Marijke Schmand trots. "Dankzij de nabijgelegen innovatiecampus Kennispark kan een vergadering, congres of training heel makkelijk worden uitgebreid met een presentatie of rondleiding over bijvoorbeeld nanotechnologie." Van het Reve: "Op de begane grond beschikken we over zes meeting- en zes conferentiezalen van verschillende grootten die ook voor private diners kunnen worden ingezet. De luxe boardroom op de negende verdieping heeft een prachtig uitzicht over

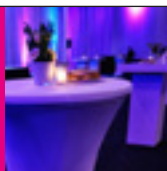
de campus en het Twentse coulisselandschap. Alle zalen zijn voorzien van alle moderne audiovisuele middelen en in het hele gebouw is de betrouwbare, veilige wiferverbinding van de campus beschikbaar." Gasten kunnen eveneens gebruiken van diverse flexplekken op de begane grond en het à la carte restaurant dat ruimte biedt voor maximaal 130 gasten. Chef-kok Sjors Riewald kookt onder andere met producten die via de Twentse Streekproducten organisatie worden aangeleverd.

## CAMPUSFACILITEITEN

Voor een leuke invulling van hun vrije tijd hoeven gasten de universiteitscampus in principe niet af. "De campus heeft uitgebreide sportfaciliteiten, culturele voorzieningen met onder meer een openluchttheater en veel natuur, waaronder het Arboretum van de Universiteit. Ook kun je een U Bicycle huren en de groene omgeving verkennen. Daarnaast is Enschede in opkomst als culturele stad waar veel te zien en te doen is. Je vindt hier alles wat je nodig hebt om een zakelijke bijeenkomst te laten slagen", aldus Schmand.

[www.uparkhotel.nl](http://www.uparkhotel.nl)





## CONGRESSEN EN EVENEMENTEN

Onze 'black-box' (2700 m<sup>2</sup>) biedt alle ruimte voor een congres (1000 personen), uw unieke evenement (2500 personen), bedrijfsfeest, productpresentatie of receptie. Met 200 hotelkamers én ruime, parkeergelegenheid.

**Boek onze 'black-box' en  
vergroot je mogelijkheden!**



2700 m<sup>2</sup>  
BLACKBOX



CENTRAAL  
RANDSTAD



HOTELKAMERS  
200



SNELWEG  
A44

**ECC Leiden**  
Haagse Schouwweg 10  
2332 KG Leiden  
Nederland

+31 (0)71 53 55 523  
info@eccleiden.com  
ECCLEIDEN.COM

## Ontdek hét event- en congrescentrum van Assen!

- Unieke locatie met all-inclusive mogelijkheid
- Voor elk type zakelijke ontmoeting
- Expert in maatwerk



[www.debonteweaver.nl/zakelijk](http://www.debonteweaver.nl/zakelijk)



# KNVB | CAMPUS

## IEDEREEN IS WELKOM



**VERGADEREN**



**BUSINESS  
EVENT**



**TEAMBUILDING**



## EILANDHOPPEN?

Er zijn verkopers.

Er zijn inkopers.

Aan de ene kant van het bedrijf bevindt zich de verkoopafdeling. Hier worden de salestijgers gekweekt, de motivatie hoog opgezweept, scherpe targets gesteld 'gij zult verkopen' en uitdagende commerciële plannen gesmeed. Het doel is helder en de jacht geopend. Geleerd is om vertrouwen te winnen, weerstand te overwinnen, gate-keepers uit te schakelen en uitstelgedrag van de (potentiële) klant te pareren.

Aan de andere kant bevindt zich de inkoopafdeling, in veel gevallen chic omgedoopt tot procurement. Hier is het doel om goederen en diensten zo scherp en duurzaam (no more waste) mogelijk in te kopen, besparingen te realiseren en helaas, bij sommige bedrijven, de leveranciers genadeloos uit te kleden. Geleerd is om weerstand te bieden, gate-keepers in te schakelen en uitstelgedrag te vertonen.

Binnen de meeste grote bedrijven kennen deze afdelingen elkaar NIET.

Het zijn twee eilanden en een bootverbinding is nooit tot stand gekomen.

Verkopen. Is er interesse in onze dienstverlening of onze eigen vergaderlocatie? Ja, dan graag en vol enthousiasme. Zet mij gerust op mijn praatstoel. Maar koude sales? Nee, brrr..., onderdanig hoopvol vragen stellen met continu het risico op de loer om de deur geweest te worden - als je überhaupt al binnen gelaten wordt - aan het begin van je verhaal ruw afgekapt te worden of te horen krijgen: 'zet maar wat op de mail en dan kijken we er naar'. Belt u niet, wij bellen u. Je weet: einde oefening.

Je kunt jezelf trainen, jazeker, maar feit blijft dat je te allen tijde te maken krijgt met het andere eiland. Niet onbewoond, wel onbekend. Mag je aan wal gaan? Hoe hoog is de vesting? Hangt er schrik- of prikkeldraad?

Inkopen. Ik probeer mij ook in deze positie te verplaatsen. Natuurlijk wil je niet lastiggevallen worden door iemand die zich opdringt, niet voorbereid is, lukraak belt en ook nog eens een onsamenhangend verhaal ophangt. Dat soort verkopers wimpel ik ook af. Maar lieve inkopers: mag het alstublieft wat vriendelijker? Mag ik uitpraten? Meerdere terugbelverzoeken compleet negeren, mails niet beantwoorden, moet dat nou? Ik wil liever niet generaliseren maar dit is toch echt wat er vaak gebeurt.

Hoe interessant zou het daarom zijn als die bootverbinding tot stand wordt gebracht en beide afdelingen elkaars eiland grondig mogen, nee, **moeten** verkennen. Op expeditie Robinson maar dan anders. Eilandhoppen en overleven in de rol van de ander. Inkopers zullen dan zelf ervaren hoe moeilijk het is om barrières te slechten, prikkeldraad te verwijderen (dit kan heel pijnlijk zijn) om vaste voet aan wal te zetten. Turen door een verrekijker en bomen vol laaghangend sappig fruit zien staan maar er niet bij kunnen komen. En verkopers die op hun beurt in de rol van inkoper zullen ervaren dat het geen zin heeft om met bakken vol vers geplukt fruit aan te komen zonder goed te kunnen vertellen om welk fruit het gaat en welke voordelen het biedt om het te eten.

De beste trainers bevinden zich feitelijk in eigen huis, zitten al aan boord. Nu alleen de boot nog even in beweging zetten. Ik schil vast wat vers fruit.

*Marianne Kuiper*

Eigenaar Efficient Hotel Partner & Music Meeting Lounge

Intermediair op het gebied van het zoeken en boeken van de perfecte locaties

Meer blogs lezen? [www.efficienthotelpartner.nl](http://www.efficienthotelpartner.nl)



Themajaar Rembrandt en de Gouden Eeuw 2019

# Nederland op de culturele kaart

Eind januari werd in het Mauritshuis ter gelegenheid van de 350e sterfdag van Rembrandt het themajaar Rembrandt en de Gouden Eeuw officieel geopend. Diverse steden, musea en culturele organisaties werken dit jaar samen met NBTC Holland Marketing om Nederland als cultuurland op de kaart te zetten.

Fotografie Holland Mediabank, Mauritshuis

**V**olgens Jos Vrancken, directeur NBTC Holland Marketing, heeft Nederland een zeer rijk cultureel aanbod, maar staat dit aanbod nog niet bij alle internationale bezoekers goed op het vizier. "Om de interesse van de cultuur minnende bezoeker te prikkelen, hebben we in de afgelopen jaren samen met diverse partners themajaren georganiseerd, zoals het Van Gogh jaar in 2015 en het Mondrian to Dutch Design jaar in 2017. Het Van Goghjaar was goed voor bijna 1 miljoen internationale bezoekers die gezamenlijk zo'n 500 miljoen euro besteedden. De campagne rond het themajaar Rembrandt en de Gouden Eeuw moet deze bezoekers opnieuw gaan stimuleren om naar Nederland af te reizen." Om extra slagkracht te kunnen maken voor het nieuwe themajaar en de bezoekersstromen beter te kunnen spreiden, werkt NBTC Holland Marketing samen met acht musea, het Joods Cultureel Kwartier, het Stadsarchief Amsterdam en de steden Amsterdam, Delft, Den Haag, Dordrecht, Enkhuizen, Haarlem, Hoorn, Leiden en Middelburg. Bezoekers kunnen verspreid over heel Nederland diverse tentoonstellingen bezoeken over Rembrandt, zijn tijdgenoten en de Gouden Eeuw. Vrancken: "Over de Gouden Eeuw zijn veel verhalen te vertellen die aansluiten bij de passies en interesses van de bezoekers. Door in verschillende steden tentoonstellingen te organiseren, willen



De anatomische les van Dr. Nicolaes Tulp in het Mauritshuis

we de gasten verleiden om nieuwe plekken in Nederland te ontdekken en hen te verleiden om langer in Nederland te verblijven."

## IDEALE GELEGENHEID

Tijdens de opening van het themajaar werd aan de directeuren van vijf deelnemende musea gevraagd hoe zij naar het Rembrandtjaar kijken. Met de grootste collectie werken van Rembrandt ter wereld is het voor Taco Dibbets van het Rijksmuseum eigenlijk elk jaar een Rembrandtjaar. Eerder werden er in 1959, 1969 en 2006 al grote Rembrandt-tentoonstellingen georganiseerd die destijds veel bezoekers trokken. "Dit jaar bieden we met de tentoonstelling



### Rembrandt als usp

Met de publiciteit die het Rembrandt themajaar voor de betrokken partijen weet aan te trekken, zullen naar verwachting ook de zakelijke gasten wat vaker een bijeenkomst in een van de musea gaan organiseren. Simone Hollen, medeverantwoordelijk voor de sales en zaalhuur bij het Mauritshuis, verwacht zeker een stijging in het aantal boekingen voor de zaalhuur. "De laatste jaren hebben we meer zakelijke gasten mogen ontvangen en deze tentoonstelling maakt het extra aantrekkelijk om je vergadering te combineren met bijvoorbeeld een rondleiding of een receptie. Ook gasten die vaker terugkeren, boeken naar aanleiding van de tentoonstelling opnieuw een zaal. Bijeenkomsten die hier plaatsvinden, kunnen we naar wens thematisch aankleden met bijvoorbeeld tafelgarnituur of servetten met een verwijzing. Nu staat die aankleding in het teken van Rembrandt. Ook hebben we speciale Rembrandtgoodies die de opdrachtgever aan zijn gasten mee kan geven." Hetzelfde geldt voor de speciale kennismakingsbijeenkomsten die het Mauritshuis elk jaar organiseert voor eventplanners. "Deze zullen de komende maanden eveneens in het teken staan van de Rembrandt-tentoonstelling. Ook zetten we de tentoonstelling natuurlijk als usp in bij salesgesprekken."

'Alle Rembrandts' een blik op alle schilderijen, tekeningen en prenten. Vanwege de kwetsbaarheid van de werken doe je dat als museum maar één keer. Het Themajaar Rembrandt en de Gouden Eeuw biedt de ideale gelegenheid."

### SOCIAAL NETWORK

In Museum Het Rembrandthuis wordt met maar liefst drie tentoonstellingen het leven van de schilder belicht. 'Rembrandt's Social Network' zoomt in op het dagelijks leven van de schilder. "In tegenstelling tot eerdere generaties is de jongere bezoeker geïnteresseerd in de persoon achter de schilderijen", vertelt directeur Lidewij

de Koekoek. "Daarom besteden we aandacht aan zijn vriendschappen, familieleden en zakenrelaties maar ook aan een aantal objecten die hij bezat. Etsen zijn een belangrijk onderdeel van de tentoonstelling. Juist in die werken is het dagelijks leven van deze schilder heel direct vastgelegd." Het museum heeft voor deze tentoonstelling werken in bruikleen gekregen die zelden of nooit in Nederland te zien zijn, zoals het portret van zijn negentienjarige zoon Titus (ca. 1660) uit het Baltimore Museum of Art. De tentoonstelling 'Inspired by Rembrandt' combineert Rembrandts etsen en prenten van voorlopers en tijdgenoten met het werk van moderne en hedendaagse kunstenaars die zich door Rembrandt hebben laten inspireren.





## GRATIS FEESTZAAL

Voor elke feestelijke gelegenheid zoals een eindejaars- of nieuwjaarsbijeenkomst, biedt Woudschoten Hotel & Conferentiecentrum in de maanden december en januari de perfecte ruimte **gratis** aan. Kijk voor meer informatie op [woudschoten.nl/feestdagen](http://woudschoten.nl/feestdagen).

evenementen | congressen | vergaderen | overnachten

het is  
**onze  
natuur**

# SUBLIEM SINDS 1986

SUBLIEM  
GENIETEN

SUBLIEM  
SPARREN

SUBLIEM  
ONTWAKEN

SUBLIEM  
PROOSTEN

  
**DE ROSEP**  
LANDGOED





Museum De Lakenhal in Leiden



Merchandise in het Mauritshuis



Fries Museum

'Laboratorium Rembrandt' besteedt aandacht aan materiaal-technisch onderzoek dat op de werken van Rembrandt is uitgevoerd.

#### LIEFDE IN DE GOUDEN EEUW

Ook het Fries Museum besteedt aandacht aan het persoonlijke leven van Rembrandt. De tentoonstelling 'rembrandt en saskia, liefde in de gouden eeuw' laat aan de hand van meer dan 250 voorwerpen en 23 werken zien hoe het liefdesleven van de schilder en zijn tijdgenoten in de Gouden eeuw eruit zag. Naast verliefdheid en grootste bruiloften is er ook aandacht voor de minder leuke kanten zoals kindersterfte en overspel. "Voor deze tentoonstelling hebben we hele bijzondere bruiklenen uit het buitenland kunnen krijgen", zegt directeur Kris Calles enthousiast. "Een van de topstukken is het portret Saskia en profiel in rijk gewaad. Dit werk is voor het eerst in ruim 250 jaar in Nederland te zien."

#### AANKOOP

In het Mauritshuis wordt het themajaar afgetrapt met de tentoonstelling 'Rembrandt en het Mauritshuis' over de verschillende werken van Rembrandt die het museum in haar collectie heeft. Directeur Emilie Gordenker: "Vroeger

werd aangenomen dat het museum in het bezit was van achttien authentieke schilderijen van de hand van deze meester, tegenwoordig worden er elf met zekerheid toegeschreven." Het Mauritshuis duikt in de verwervingsgeschiedenis van deze achttien werken. Topstukken zijn De anatomische les van Dr. Nicolaes Tulp, Saul en David en zijn laatste zelfportret uit 1669.

#### MUSEUM DE LAKENHAL

Voor de tentoonstelling 'Jonge Rembrandt' in Museum De Lakenhal moet het publiek nog wachten tot november van dit jaar. Wel omschrijft directeur Meta Knol haar museum als het best bewaarde geheim. "De nieuwe collectie-opstelling zal namelijk volledig gericht zijn op Rembrandt. De tentoonstelling richt zich op het vroegste werk van de in Leiden geboren schilder." Ruim veertig schilderijen, etsen en tekeningen laten de stappen in zijn artistieke ontwikkeling zien. Een van de werken is het schilderij Laet de kinderen tot mij komen, dat kunsthandelaar Jan Six vorig jaar bij een veiling ontdekte.

Het volledige programma van het themajaar met alle deelnemende organisaties en steden is te vinden op [www.rembrandt-2019.nl](http://www.rembrandt-2019.nl).



Interieur citizenM



# Grenzen verleggen

**Nederland is klein in omvang, maar groot in creativiteit en mogelijkheden. Dat de Nederlandse producten en diensten ook in het buitenland worden gewaardeerd, laten verschillende partijen in de branche zien. De een zet zijn eerste voorzichtige stap, de ander mag rekenen op een ruimte buitenlandse clientèle.**

## UITDAGINGEN

Met een mooi portfolio aan events in Nederland speelde Evenementenbureau Obsession drie jaar geleden al met het idee om hun afzetmarkt verder uit te breiden. "Omdat het Verenigd Koninkrijk met de onduidelijkhe-

den rond de Brexit niet de beste optie is, besloten we nauwer samen te gaan werken met een goede relatie die in de board van een groot reclamebedrijf in Frankfurt zit", vertelt directeur Gerben Plasmeijer. "De Nederlandse eventbranche wordt geroemd om haar creativiteit. We merken dat de Duitse markt openstaat voor Nederlandse partners en zelf ook de Nederlandse markt wil betreden." De Duitse markt biedt dus veel mogelijkheden, maar zeker ook uitdagingen. "Het is een proces van vallen en opstaan. Je moet echt de tijd nemen om een relatie op te bouwen. Het contact in Duitsland is formeler en ze hanteren een andere werk- en denkwijze. Vorig jaar zijn we in Duitsland begonnen en hebben we een pitch gedaan. Deze hebben we verloren en daarvan hebben we geleerd om geen aannames meer te doen. Duitsers willen een cijfermatige onderbouwing, dat zoeken ze in de bewijslast en de beoordeling van een bureau. Daarnaast is de Duitse markt zoveel groter dan de Nederlandse. Wanneer wij bijvoorbeeld voor bol.com het jaarlijkse zomerevent organiseren, kiezen we een centraal gelegen locatie in het land en pas je de tijden zo aan dat iedereen na de file in de auto kan stappen. In Duitsland zit je al



snel op events in vijf verschillende steden. Alleen al qua logistieke organisatie en budgetten is een event daar veel omvangrijker. Voorlopig blijven we het gewoon proberen. Dit jaar gaan we opnieuw een aantal gezamenlijke pitches doen om te kijken hoe we dit verder kunnen ontwikkelen.”

#### GEVESTIGDE ORDE

Waar Obsession nog aan het pionieren is, is de internationale markt voor Energy Floors juist de belangrijkste afzetmarkt. Het bedrijf is onder andere gespecialiseerd in het aanbieden van speciale vloeren waarbij de energie van bewegende mensen wordt omgezet in elektriciteit. Deze Sustainable Dance Floors kunnen worden ingezet bij evenementen, festivals en beurzen. “Het concept bestaat uit losse tegels die je overal neer kunt leggen”, vertelt marketingmanager Marieke Kol. “In deze

licht verende tegels is een elektromechanisch systeem verwerkt dat de verticale bewegingen die de gebruikers met dansen of lopen maken, omzet in een draaiende beweging die een generator aandrijft en zo elektriciteit opwekt. De hoeveelheid energie die met de beweging wordt opgewekt, wordt bijgehouden op een dashboard. Maar je kunt er ook een applicatie aan koppelen zoals een fotobooth. Dan moeten de deelnemers eerst bepaalde hoeveelheid energie opwekken met hun bewegingen en wordt er vervolgens een foto gemaakt.” Het grootste gedeelte van de afzetmarkt voor de Sustainable Dance Floor ligt in het buitenland. “Het duurzame karakter en het funelement maken dat de Sustainable Dance Floor onder andere heel interessant is voor de Duitse markt. Daarom hebben we dit jaar ook deelgenomen aan de beurs Best of Events in Dortmund. Een partner in Duitsland heeft de Sustainable Dance Floor zelfs ingezet voor de rondreizende overheidscampagne ‘Deutschland macht’s efficiënt’ van het ministerie van Economische Zaken en energie.”

#### INTERNATIONALE UITSTRALING

Ook Nederlandse hotels laten zich niet beperken door landsgrenzen. Toen de hotelketen citizenM in 2008 haar eerste hotel in Amsterdam Schiphol Airport opende, volgden er in de jaren erna al snel vestigingen in Londen, Parijs, Glasgow en zelfs New York en Taipei. “citizenM heeft een internationale uitstraling en richt zich op een nieuw type reiziger die geld

te spenderen heeft, maar dit liever niet allemaal besteedt aan een hotelkamer”, vertelt marketingdirecteur Robin Chadha. “In steden zoals Londen en Parijs zit er een groot gat tussen luxe hotels en budget accommodaties, wij springen daarop in. De luxe hotels van citizenM liggen in de centra van grote Europese steden, maar de kamers zijn wel betaalbaar.” De Nederlandse oorsprong van de hotelketen speelt volgens de marketingdirecteur geen rol bij de marketing en inrichting van de hotels. Wel zijn er in diverse hotels subtiele verwijzingen naar de Nederlandse oorsprong aanwezig zoals items van Delfts blauw en KLM-huisjes. citizenM heeft nu vijftien hotels en gaat de komende jaren uitbreiden met hotels in Europa (Zürich, Genève), Azië (Shanghai, Kuala Lumpur) en Noord-Amerika (onder andere Los Angeles, San Francisco). “We houden rekening met de lokale gemeenschap en werken met lokale partners. Maar we passen ons concept niet te veel aan aan de wensen van lokale gasten, dat gaat ten koste van je merk. In Azië is het bijvoorbeeld gebruikelijk om een kamer te delen. Ook willen gasten graag een theeketel en een noedelkoker op de kamer. In die eisen gaan wij niet mee, maar we stellen deze faciliteiten wel in de Living Room ter beschikking. Amerikanen zijn juist gek op bodylotion en willen graag een hotel met fitnessfaciliteiten. Ook daar kijken we wat binnen het concept kan worden ingepast.”





We genieten van wat we doen bij Hermonde

hermonde  
born to meet

Verscholen in het bos in Bennekom ligt landgoed de Born, dat stamt uit de jaren dertig. Het is een plek waar zakelijk Nederland knopen kan doorhakken, aan teambuilding kan doen of een heisessie kan houden. Gastvrijheid staat bij ons voorop, dat betekent dat we graag luisteren naar uw wensen en er alles aan doen om u bijeenkomst perfect te laten verlopen.

hermondelocatie.nl | 0318 - 860 213 | Bornweg 12b, Bennekom



**Oud London**  
MEETING & EVENTS  
**Uw bijeenkomst  
bij Oud London,  
want het resultaat  
telt.... toch?**

*Waarom vergaderen in Oud London: Goede bereikbaarheid  
Gratis ruime parkeergelegenheid | Rustige ligging in de bossen van Zeist  
Zalen standaard voorzien van beamer, scherm en flipover  
Alle zalen flexibel in opstelling | Gratis wifi*

Hotel Restaurant Oud London | Woudenbergseweg 52, 3707 HX Zeist  
t. 0343- 491 245 | info@oudlondon.nl | www.oudlondon.nl

  
**Landgoed Zonheuvel**


**Culinair@theCastle**  
Exclusief dineren in de stijkkamers van het Maarten Maartenshuis



+31 (0)343-473550 | Amersfoorsteweg 98 | 3941 EP Doorn | landgoedzonheuvel.nl





#### NEDERLAND ALS USP

De cliëntèle van PCO Congress by Design bestaat met name uit het verzorgen van de congresorganisatie voor de lokale vertegenwoordiging van internationale associaties. Daarnaast komt het regelmatig voor dat het bureau wordt gevraagd om te helpen met de organisatie van een congres elders in Europa. "Nederlandse PCO's staan bekend als goede organisatoren", vertelt operations director Niels Fundter. "Onze opdrachtgevers zijn bovendien erg te spreken over onze persoonlijke aanpak met één vast aanspreekpunt." Nederland als congresbestemming doet het volgens managing director Nicolette van Erven ook nog steeds erg goed. "De bereikbaarheid van Nederland is dankzij Schiphol erg gunstig voor internationale gasten. Ook de compactheid van het land en de kwaliteit van de locaties is erg goed. Deze aspecten nemen we bij elk internationaal congres en in elke bidboekprocedure mee. Soms, als de doelstelling en de ambitie van de opdrachtgever zich ervoor leent, geven we een 'orange touch' mee."

Typisch Nederlandse activiteiten zoals een rondvaart door de grachten of een bezoek aan Volendam en de Keukenhof doen het erg goed bij de internationale gasten.



"Maar er zijn ook opdrachtgevers die de voorkeur geven aan technische excursies op het gebied van bijvoorbeeld voeding of techniek", zegt Van Erven. "Dan kun je hier in Nederland eveneens uitstekend terecht." "We willen Nederland juist profileren als kennis- en wetenschapsland, niet als het land van de tulpen", vult Fundter aan. "Daarom gaan we altijd op zoek naar bedrijven die innovatief zijn en een bijdrage kunnen leveren aan het programma.

Het grote voordeel is dat iedereen elkaar kent en samenwerkt. Met zo'n uitgebreid netwerk kun je mooie congressen neerzetten."



# VISIT CONVENTION BUREAU BRABANT



AGRIFOOD CAPITAL



HIGHTECH



SMART MOBILITY



DUTCH DESIGN

# Meet Brabant

## Business Brains & Hospitality Heart

De inspiratiekracht en innovatiekracht typeren Brabant. Zo is Brabant de plek waar Vincent van Gogh leefde en schilderde. In Brabant stap je in zijn leven, in zijn schilderijen, in zijn inspiratie. Letterlijk. Die creativiteit wordt nu gekoppeld aan High Tech, Design & Agrifood, waarmee de toekomst vormgegeven wordt. Met kennisinstututen als Technisch Universiteit Eindhoven, Design Academy Eindhoven, Design Labs, Food Labs, High Tech Campus, Innovation Centres, Automotive Campus, Universiteit Tilburg en vele andere kennisinstututen meet Brabant zich met de absolute wereldtop. Voel de vibe, Meet in Brabant!



### Landgoed Huize Bergen

"Verscholen in een prachtig park met eeuwenoude bomen nabij Den Bosch"

Glorieuxlaan 1 | 5261 SG Vught  
T 073 - 658 0400 | E [welkom@huizebergen.nl](mailto:welkom@huizebergen.nl)  
[www.huizebergen.nl](http://www.huizebergen.nl)



### Golden Tulip Hotel West-Ende

"Vergader in stijl bij dé ontmoetingsplek in hartje Helmond"

Steenweg 1 | 5707 CD Helmond  
T 0492 - 524 151 | E [info@westende.nl](mailto:info@westende.nl)  
[www.goldentulipwestende.nl](http://www.goldentulipwestende.nl)



### Pullman Eindhoven Cocagne

"The place to meet and socialize"

Vestdijk 47 | 5611 CA Eindhoven  
T 040 - 232 6111 | E [H5374@accor.com](mailto:H5374@accor.com)  
[www.pullman-eindhoven-cocagne.com](http://www.pullman-eindhoven-cocagne.com)



### EIGENTIJDSERF

"Ontdek deze inspirerende achtertuin van Tilburg en Eindhoven"

Spreeuwelsedijk 9 | 5091 KS Westelbeers  
T 013 - 504 1392 | E [welkom@eigentijdserf.nl](mailto:welkom@eigentijdserf.nl)  
[www.eigentijdserf.nl](http://www.eigentijdserf.nl)



### Conferentiecentrum & Hotel Bovendonk

"Locatie vol inspiratie"

Hofstraat 8 | 4741 AK Hoeven  
T 0165 - 507 550 | E [reserveringen@bovendonk.nl](mailto:reserveringen@bovendonk.nl)  
[www.bovendonk.nl](http://www.bovendonk.nl)



### Inntel Hotels Art Eindhoven

"Ontdek het authentieke verhaal en geniet van moderne allure"

Lichttoren 22 | 5611 BJ Eindhoven  
T 040 - 751 3500 | E [infoeindhoven@inntelhotels.nl](mailto:infoeindhoven@inntelhotels.nl)  
[www.inntelhotelsarteindhoven.nl](http://www.inntelhotelsarteindhoven.nl)



### Guldenberg Hotel & Brasserie

"Van nature gastrij"

Guldenberg 12 | 5268 KR Helvoirt  
T 0411 - 642 424 | E [info@guldenberg.nl](mailto:info@guldenberg.nl)  
[www.guldenberg.nl](http://www.guldenberg.nl)



### GuestHouse Hotel Kaatsheuvel

"Een hotel waar je jezelf kunt zijn, net zoals thuis!"

Gasthuisstraat 118 | 5171 GJ Kaatsheuvel  
T 0416 - 273 567 | E [sales@guesthousehotels.nl](mailto:sales@guesthousehotels.nl)  
[www.guesthousehotel.nl](http://www.guesthousehotel.nl)



### Kapellerput Hotel - Meetings - Events

"Inspiratie putten uit de natuur"

Somerensweg 100 | 5591 TN Heeze  
T 040 - 224 1922 | E [welcome@kapellerput.nl](mailto:welcome@kapellerput.nl)  
[www.kapellerput.nl](http://www.kapellerput.nl)



### HUP

"Het sportiefste hotel van Nederland"

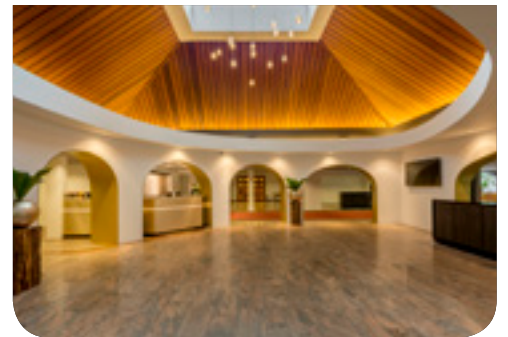
Arkweg 3 - 17 | 5731 PD Mierlo  
T 0492 - 678 911 | E [sales@hup.eu](mailto:sales@hup.eu)  
[www.hup.eu](http://www.hup.eu)



### Van der Valk Hotel Eindhoven

"Verrassend Vanzelfsprekend"

Aalsterweg 322 | 5644 RL Eindhoven  
T 040 - 211 6033 | E [eindhoven@valk.com](mailto:eindhoven@valk.com)  
[www.hoteleindhoven.nl](http://www.hoteleindhoven.nl)



### NH Koningshof

"Grootste congres hotel van de Benelux"

Locht 117 | 5504 RM Veldhoven | T 040 - 258 1900  
E [mtgns.nhkoningshof@nh-hotels.com](mailto:mtgns.nhkoningshof@nh-hotels.com)  
[www.nh-hotels.nl](http://www.nh-hotels.nl)





GLOW 2017 © Bart van Overbeeke

VisitBrabant Convention Bureau

# “Samenwerken zit in onze genen”

**Brabant timmert flink aan de weg als bestemming voor zakelijke bijeenkomsten. Het stijgende succes achter deze bestemming ligt volgens Saskia Holterman van VisitBrabant Convention Bureau niet alleen aan de unieke combinatie van kennis, innovatie, creativiteit en gastvrijheid, maar ook aan de natuurlijke drang om samen te werken.**

**I**n Brabant draait het allemaal om High Tech en High Touch. “Veel regio’s in Nederland claimen dat zij koploper zijn op het gebied van innovatie, maar Brabant heeft toch echt de meeste campussen en hubs en het hoogste aantal patentaanvragen per jaar”, zegt projectmanager Saskia Holterman. “Het is op deze acht campussen, de diverse R&D afdelingen op high end locaties en de diverse kenniscentra waar innovatieve producten en diensten worden bedacht én gemaakt. Daarbij komt dat men in Brabant van nature graag samenwerkt. Hier wordt veel aan open innovatie gedaan en men is ook bereid om kennis en kunde te delen. Die High Touch kant stimuleert het ontstaan van bijzondere ecosystemen voor vakgebieden zoals fotonica, agrifood, smart mobility, medtech en design.”

## GASTVRIJHEID

Deze High Touch zijde werkt ook door in de gastvrijheid waarmee de zakelijke bezoekers worden ontvangen. Holterman: “De bourgondische gastvrijheid van Brabant is authentiek. We hebben gedurende de crisisjaren nooit bezuinigd, zeker niet op eten en drinken. Elke locatie wil het de gast naar de zin maken en denkt mee over hoe je een bijeenkomst succesvol kunt maken. Dat doen we onder andere door de gasten zich thuis te laten voelen en ons zoveel mogelijk in die gasten te verdiepen. Wij vinden het niet meer dan vanzelfsprekend om net dat stapje extra te zetten. Zo hecht een Belgische planner heel veel waarde aan catering van topkwaliteit en wil een Duitse planner graag alles op papier hebben. Wij hebben oog voor de mensen die tegenover ons zitten.”

## UITBLINKERS IN SAMENWERKEN

De verschillende MICE-partijen in Brabant blinken volgens Holterman net zo goed uit in het samenwerken. “Kijk maar naar het ITS European Congress dat juni in deze provincie zal plaatsvinden. Naar verwachting nemen er tussen 2.500 en 3.000 afgevaardigden deel aan deze bijeenkomst over Intelligent Transport Systems. In 2018 vond dit congres



Erica van Lieshout en Saskia Holterman



Robot Love. Gael Langevin © Yethy



plaats op één locatie in Kopenhagen. Hier in Brabant bleek de Automotive Campus in Helmond qua achtergrondverhaal het beste bij het congres te passen. Omdat deze locatie echter niet over voldoende capaciteit beschikt, bleek een samenwerking met het Evoluon in Eindhoven de meest logische oplossing. Tussen beide locaties en steden wordt een live verbinding gerealiseerd. Ook de hotels in de omgeving werken samen, net als Kasteel Helmond en het DAF Museum waar het VIP-diner zal worden gehouden. Uiteraard bekijkt het Convention Bureau continu waar ze de organisatie

van het congres kunnen ondersteunen. De manier waarop dit congres wordt aangevlogen is een schoolvoorbeeld van hoe er in Brabant wordt samengewerkt. Dat zit bij ons in de genen."

#### RUIM LOCATIE-AANBOD

Dankzij het zeer uitgebreide aanbod in Brabant is er voor elke corporate- en associatiebijeenkomst wel een passende locatie te vinden. "Meeting-, congres- en event-planners willen steeds nieuwe locaties ontdekken die meerwaarde bieden voor hun bijeenkomst. Het grote voordeel is dat

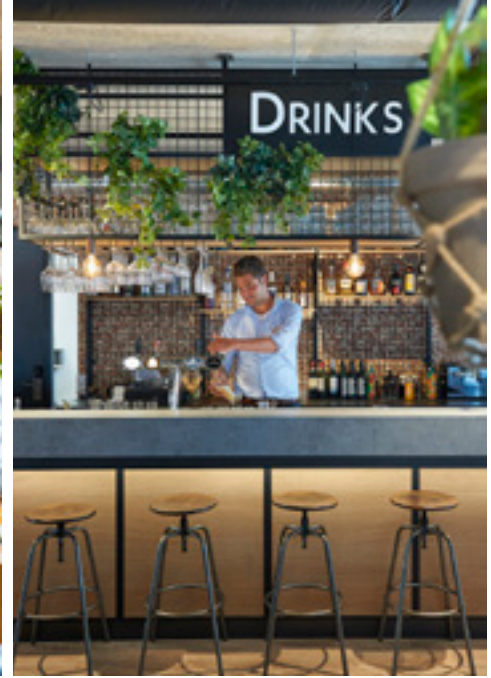
VisitBrabant Convention Bureau provinciebreed actief is", zegt Holterman. "Gasten kunnen kiezen uit een enorm scala aan locaties in de binnensteden of juist midden in de natuur. Elke accommodatie heeft een eigen verhaal, of het nu gaat om congreslocaties zoals 1931 en NH Koningshof, een Bovendonk, de Kapellerput, het Turfschip of het Werkwarenhuis. Dit geldt ook voor de diverse kastelen, landgoederen en pretparken zoals de Efteling. Uiteraard kunnen er mooie programma's op maat worden samengesteld, aangevuld met bijzondere activiteiten zoals een heisessie of een teambuildingselement."

#### BEREIKBAARHEID

Dankzij de ligging tussen de Randstad, België en Duitsland en de prima bereikbaarheid per auto, OV en vliegtuig blinkt Brabant ook uit in bereikbaarheid. "Bovendien hanteren de locaties een zeer gunstige prijs-kwaliteitverhouding. Dat maakt ons ook zeer interessant voor de Duitse en Belgische markt, waarmee we goede contacten hebben. Als onafhankelijke service-organisatie kan het team van VisitBrabant Convention Bureau alle ondersteuning bieden bij het vinden van de perfecte locatie voor elke bijeenkomst."

[conventionbureau.visitbrabant.com](http://conventionbureau.visitbrabant.com)





GuestHouse Hotel Kaatsheuvel

# Om de hoek van de Efteling en Loonse & Drunense Duinen

Op zoek naar een toffe locatie om te overnachten en vergaderen, waar voldoende in de omgeving te beleven is? Kom naar GuestHouse Hotel Kaatsheuvel; een nieuw, fris hotel waar persoonlijke service en oprechte gastvrijheid de boventoon voert. Een hotel waar je jezelf kunt zijn, net zoals thuis! Het hotel ligt op loopafstand (500 meter) van de Efteling én om de hoek van Nationaal Park Loonse en Drunense Duinen en biedt dus vele mogelijkheden voor een compleet, geslaagd en een nét wat andere manier van vergaderen. Leuk om te weten is dat parkeren er gratis is!

## FACILITEITEN EN MOGELIJKHEDEN

Het GuestHouse Hotel is sinds juni 2018 open en biedt in totaal 69 kamers die geschikt zijn voor 1 persoon tot wel 8 personen. De kamers zijn uniek, modern, comfortabel, huiselijk en praktisch ingericht. De bedden zijn bijzonder (er is zelfs een zespersoonsbed) en van superkwaliteit! De 69 kamers bieden totaal ruimte voor maar liefst 330 gasten!

De moderne en warme inrichting van het hotel zorgt voor de nodige gezelligheid en geborgenheid. In de huiskamer van het GuestHouse Hotel (YOUR living) kun je heerlijk met je collega's ontspannen en genieten van een hapje en drankje in de gezellige bar.

## VERGADERMOGELIJKHEDEN

Het GuestHouseHotel beschikt over drie meeting-rooms die geschikt zijn voor 5 tot 50 personen. Hier geen stoffige vergaderzaal, maar een heerlijke sfeervolle open ruimte die multifunctioneel ingezet kan worden, maar daarnaast heb je zeker voldoende privacy voor een besloten vergadering. Ideaal voor een presentatie, workshop, training of om te gebruiken als private dinner ruimte. Ook ideaal te combineren met een bezoek aan de Efteling.

Meer leren over gastvrijheid, klantgerichtheid of customer service? Boek dan een training bij OOKs (te boeken via GuestHouse Hotel) en ontdek hoe echte hospitality eruit ziet. Vanuit de trainingsruimten in het GuestHouse Hotel zit je bovenop de levensechte situaties en in combinatie met de naastgelegen Efteling kunnen we geweldige zakelijke arrangementen samenstellen.

## HET HELE HOTEL EXCLUSIEF VOOR JOUW BEDRIJF?

Het GuestHouse Hotel is ook beschikbaar voor een total buy-out, waarbij alle faciliteiten alleen voor jullie zijn en wij ruimte hebben voor grotere groepen. We hebben 69 kamers en 330 bedden in het GuestHouse Hotel en in zusterhotel Hotel de Kroon beschikken wij per 1 april

2019 over 28 kamers, waarvan 14 nieuwbouw kamers. Wij maken hiervoor graag een offerte op maat en zorgen ervoor dat jouw congres, vergadering of bedrijfsuitje een groot succes wordt!

**ZOMER- OF WINTEREVENT  
OP ONZE UNIEKE DAKTUIN!**

Vanuit de living heb je toegang tot de unieke gave, groene daktuin met een groot terras. Een spelletje poolbiljart, tafeltennis of een zomerse borrel of barbecue. Een ideale locatie voor een groot feest en ook te gebruiken als unieke locatie voor de kerstviering van jouw bedrijf! Zie je het al voor je? Een grote kerstboom in het midden van de daktuin, lampjes, foodcorners met heerlijke gerechten, winter BBQ op onze GreenEgg, marshmallows roosteren op het vuur en heerlijk opwarmen bij de heaters. Het kan allemaal!

**GUESTHOUSE KITCHEN:**

Schuif lekker aan in onze keuken, kijk mee in de pan, proef een hapje en leer van onze chefs hoe ze het eigenlijk doen. Van elk gerecht geven we je graag het recept, over elk ingrediënt vertellen we je graag

een verhaal. Gezond, vers, creatief en niets verspillen, ook hier doen we dingen weer net even wat anders dan anders. Vers en met liefde gemaakt door onze chefs.

In GuestHouse Kitchen kun je terecht voor creatieve en betaalbare gerechten. Onze keukenbrigade tovert de mooiste gerechten op de tafel en maken voor iedere gelegenheid een passende culinaire invulling! Van een walking dinner tot shared dining menu, de mogelijkheden zijn oneindig en alles is op maat te bereiden.

**ZUSTERHOTEL**

Op maar 35 meter afstand ligt het gezellige Hotel de Kroon, een hotel met 28 kamers, waarvan er 14 nieuw gebouwd zijn, en plaats voor 100 gasten. Dit hotel is volledig af te huren voor groepen, met of zonder personeel en is ook uitermate geschikt voor bijeenkomsten. In de sfeervolle hotelbar kan het tot laat gezellig blijven.

**TOTAALANBOD**

Een vergadering in combinatie met een spannend ritje in de spectaculaire Baron,

een ontspannen teambuilding-fietstocht door het stuifzandgebied van de Brabantse Sahara (de Loonse en Drunense Duinen) of een compleet actief buitenprogramma bij Experience Island (dé outdoorlocatie voor zakelijke events): het team van GuestHouse Hotel Kaatsheuvel denkt graag met je mee. En op loopafstand liggen twee theaterzalen met 500 stoelen: Efteling Theater en Zalencomplex het Klavier.

Verwacht geen stijve vijfsterrenmanier in dit economy-boutique hotel, maar een informele en huiselijke sfeer, oog voor detail en zeer warme persoonlijke aandacht. Samen met haar partners bieden wij een geweldig totaal aanbod voor iedere bedrijfsfeest. En na een dag vol avontuur kun je gewoon blijven slapen!

**Meer weten over de mogelijkheden? Check [www.guesthousehotels.nl](http://www.guesthousehotels.nl) of neem contact op via [sales@guesthousehotels.nl](mailto:sales@guesthousehotels.nl) of bel 0416-273 567.**





# Kies voor zekerheid

## Kies voor accommodaties met vergaderhamers

Bent u op zoek naar een vergader- of conferentie-accommodatie en wilt u van tevoren naast bijvoorbeeld de beschikbare capaciteit en toegankelijkheid ook weten welke kwaliteit er geboden wordt? Met de Congres- en Vergaderclassificatie kunt u het service- en kwaliteitsniveau van een locatie controleren dankzij het objectieve meetsysteem van 1 tot en met 5 hamers. De Congres- en Vergaderclassificatie maakt zich sterk voor het vergroten van de kwaliteit en professionaliteit van de branche, het onderscheiden van professionele bedrijven en het promoten van transparantie naar de gasten toe. U herkent de geclassificeerde accommodaties aan het logo, vergezeld van het aantal hamers dat een locatie heeft weten te behalen.



**VERGADERHAMERS**

"HET KWALITEITSLABEL VOOR DE CONGRES- EN VERGADERMARKT"

[WWW.VERGADERHAMERS.NL](http://WWW.VERGADERHAMERS.NL)  
[WWW.VERGADERHAMERS.BE](http://WWW.VERGADERHAMERS.BE)

Postbus 62  
5600 AB Eindhoven  
T 040-84 82 836  
[info@vergaderhamers.nl](mailto:info@vergaderhamers.nl)



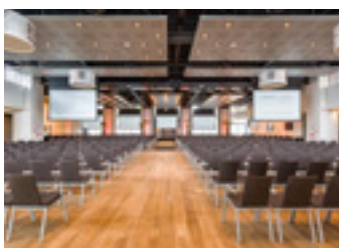
Van der Valk Hotel  
Sassenheim-Leiden

Warmonderweg 8  
2171 AH Sassenheim  
T 0252 21 90 19  
E [sassenheim.valk.com](mailto:sassenheim.valk.com)  
I [www.hotelsassenheim.nl](http://www.hotelsassenheim.nl)



New Babylon  
Meeting Center

Anna van Buerenplein 29  
2595 DA Den Haag  
T 070 205 1200  
E [info@new-babylon.nl](mailto:info@new-babylon.nl)  
I [www.new-babylon.nl](http://www.new-babylon.nl)



Postillion Hotel  
Amsterdam

Paul van Vlissingenstraat 8  
1096 BK Amsterdam  
T 034 135 64 64  
E [hotel.amsterdam@postillionhotels.com](mailto:hotel.amsterdam@postillionhotels.com)  
I [www.postillionhotels.com](http://www.postillionhotels.com)



Postillion Hotel Utrecht  
Bunnik

Kosterijland 8  
3981 AJ Bunnik  
T 030-6569222  
E [hotel.bunnik@postillionhotels.com](mailto:hotel.bunnik@postillionhotels.com)  
I [www.postillionhotels.com](http://www.postillionhotels.com)



Postillion Convention  
Centre WTC Rotterdam

Beursplein 37  
3011 AA Rotterdam  
T 010 - 405 4462  
E [wtc.rotterdam@postillionhotels.com](mailto:wtc.rotterdam@postillionhotels.com)  
I [www.postillionhotels.com/postillion-hotel-wtc](http://www.postillionhotels.com/postillion-hotel-wtc)



Postillion Hotel Dordrecht

Rijksstraatweg 30 +31  
3316 EH Dordrecht  
T 078 - 618 44 44  
E [hotel.dordrecht@postillionhotels.com](mailto:hotel.dordrecht@postillionhotels.com)  
I [www.postillionhotels.com/dordrecht](http://www.postillionhotels.com/dordrecht)



### Postillion Hotel Deventer

Deventerweg 121 +31  
7418 DA Deventer  
T 0570 - 624 022  
E [hotel.deventer@postillionhotels.com](mailto:hotel.deventer@postillionhotels.com)  
I [www.postillionhotels.com/deventer](http://www.postillionhotels.com/deventer)



### Van der Valk Hotel Nijmegen-Lent

Hertog Eduardplein 4  
6663 AN Nijmegen-Lent  
T 024 - 792 02 00  
E [nijmegen@valk.com](mailto:nijmegen@valk.com)  
I [www.valknijmegen.nl](http://www.valknijmegen.nl)



### Landgoed de Rosep

Oirschotsebaan 15  
5062 TE Oisterwijk  
T 013 - 523 21 00  
E [info@rosep.com](mailto:info@rosep.com)  
I [www.rosep.com](http://www.rosep.com)



### Conferentiehôtel Kontakt der Kontinenten

Amersfoortseweg 20  
3769 AS Soesterberg  
T 0346 35 17 55  
E [info@kontaktderkontinenten.nl](mailto:info@kontaktderkontinenten.nl)  
I [www.kontaktderkontinenten.nl](http://www.kontaktderkontinenten.nl)



### Woudschoten Conferentiecentrum

Woudenbergsesweg 54  
3707 HX Zeist  
T 0343 49 24 92  
E [info@woudschoten.nl](mailto:info@woudschoten.nl)  
I [www.woudschoten.nl](http://www.woudschoten.nl)



### Pullman Eindhoven Cocagne

Vestdijk 47  
5611 CA Eindhoven  
T 040 23 26 190  
E [H5374-RE2@accor.com](mailto:H5374-RE2@accor.com)  
I [www.pullman-eindhoven-cocagne.com](http://www.pullman-eindhoven-cocagne.com)



### Congrescentrum Bouw & Infra Park

Ceintuurbaan 2 (gebouw 20)  
3847 LG Harderwijk  
T 0341 - 499 000  
E [info@bouwinfrapark.nl](mailto:info@bouwinfrapark.nl)  
I [www.bouwinfrapark.nl](http://www.bouwinfrapark.nl)



### Hotel- en congrescentrum de Zeeuwse Stromen

Duinwekken 5  
4325 GL Renesse (Zeeland)  
T 0111 - 462040  
E [info@zeeuwsestromen.nl](mailto:info@zeeuwsestromen.nl)  
I [www.zeeuwsestromen.nl](http://www.zeeuwsestromen.nl)



### Landhuishotel De Bloemenbeek

Beuningerstraat 6  
7587 LD De Lutte  
T 0541 - 551224  
E [sales@bloemenbeek.nl](mailto:sales@bloemenbeek.nl)  
I [www.bloemenbeek.nl](http://www.bloemenbeek.nl)



### Golden Tulip Hotel Central

Burgemeester Loeffplein 98  
5211 RX 's-Hertogenbosch  
T 073-6926 926  
E [info@hotel-central.nl](mailto:info@hotel-central.nl)  
I [www.hotel-central.nl](http://www.hotel-central.nl)



### De Bonte Wever Assen

Stadsbroek 17  
9405 BK Assen  
T 0592 - 356 000  
E [info@debontewever.nl](mailto:info@debontewever.nl)  
I [www.debontewever.nl](http://www.debontewever.nl)



### RAI Amsterdam

Europaplein  
1078 GZ Amsterdam  
T 020 - 549 1722  
E [info@rai.nl](mailto:info@rai.nl)  
I [www.rai.nl](http://www.rai.nl)



### Kaap Doorn Conferentiecentrum

Postweg 9  
3941 KA Doorn  
T 0343 - 41 42 41  
E [info@kaapdoorn.nl](mailto:info@kaapdoorn.nl)  
I [www.kaapdoorn.nl](http://www.kaapdoorn.nl)



### Dekker Zoetermeer Sport, Party en Conferentiecentrum

Scheglaan 12  
2718 KZ Zoetermeer  
T 079 - 368 42 00  
E [sales@dekkerzoetermeer.nl](mailto:sales@dekkerzoetermeer.nl)  
I [www.dekkerzoetermeer.nl](http://www.dekkerzoetermeer.nl)



# VERGADERHAMMERS

"HÉT KWALITEITSLABEL VOOR DE CONGRES- EN VERGADERMARKT"





### Van der Valk Hotel Amersfoort-A1

Ruimtevaart 22  
3824 MX Amersfoort  
T 0334 540 000  
E sales@amersfoort.valk.com  
I www.hotelamersfoort1.nl



### Van der Valk Hotel Apeldoorn – de Cantharel

Van Golsteinlaan 20  
7339 GT Apeldoorn  
T 055 541 44 55  
E sales@vandervalkapeldoorn.nl  
I www.vandervalkapeldoorn.nl



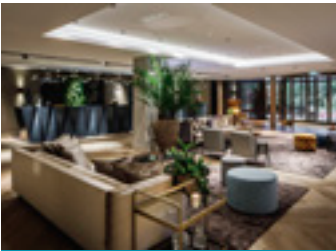
### Van der Valk Hotel ARA

Veerweg 10  
3336 LM Zwijndrecht  
T 078 623 17 83  
E sales@hotelara.nl  
I www.hotelara.nl



### Van der Valk Hotel Arnhem

Amsterdamseweg 505  
6816 VK Arnhem  
T 026 482 11 00  
E sales@arnhem.valk.com  
I www.hotelarnhem.nl



### Van der Valk Hotel Assen

Balkenweg 1  
9405 CC ASSEN  
T 0592 85 16 51  
E sales@assen.valk.nl  
I www.hotelassen.nl



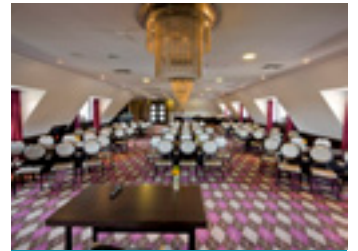
### Van der Valk Hotel Cuijk-Nijmegen

Raamweg 10  
5431 NH Cuijk (A73 afrit 4)  
T 0485 33 51 23  
E cuijk@valk.com  
I www.hotelcuijk.nl



### Van der Valk Hotel De Bilt – Utrecht

De Holle Bilt 1  
3732 HM De Bilt  
T 030 6358736  
E sales@bilschehoek.valk.com  
I www.bilschehoek.valk.com



### Van der Valk Den Haag Wassenaar

Zijdeweg 54  
2245 BZ Wassenaar  
T 070 511 93 44  
E denhaag-wassenaar@valk.com  
I www.hoteldenhaagwassenaar.nl



### Van der Valk Hotel Eindhoven - 040 Congress & Events

Aalsterweg 322  
5644 RL Eindhoven  
T 040 211 60 33  
E reservations@eindhoven.valk.com  
I www.hoteleindhoven.nl



### Van der Valk Hotel Gilze-Tilburg

Klein Zwitserland 8  
5126 TA Gilze  
T 0161 454 951  
E receptie@hotelgilzetilburg.nl  
I www.hotelgilzetilburg.nl



### Van der Valk Hotel Hilversum – de Witte Bergen

Rijksweg 2  
3755 MV Eemnes  
T 035 5395800  
E sales@wittebergen.valk.nl  
I www.hoteldewittebergen.nl



### Van der Valk Hotel Leusden-Amersfoort

Philipsstraat 18  
3833 LC Leusden  
T 0334 345 345  
E sales@leusden.valk.com  
I www.hotelleusden.nl



### Van der Valk Hotel Ridderkerk

Krommeweg 1  
2988 CB Ridderkerk  
T 0180 64 69 10  
E sales@ridderkerk.valk.com  
I www.hotelridderkerk.nl



### Van der Valk Hotel Volendam

Wagenweg 1  
1145 PW Volendam-Katwoude  
T 0299 36 56 56  
E marketing@hotelvolendam.com  
I www.hotelvolendam.com



# VAN DER VALK BUSINESS

Meetings | Incentives | Congres | Events | Corporates  
67 locaties | één centraal aanspreekpunt

Van der Valk Business

T +31 (0) 88 024 64 00  
E info@valkbusiness.com  
W www.valkbusiness.com

# kies voor zekerheid

## KIES VOOR EEN ERKEND CONGRESORGANISATIEBUREAU

Een “**Erkend Congresorganisatiebureau**” voldoet aan strenge kwaliteitseisen rond professionaliteit, deskundigheid, documentatie en continuïteit (zowel financieel als organisatorisch). Bekijk de details op [erkendcongresbedrijf.nl](http://erkendcongresbedrijf.nl).

1. Het heeft ruime congresserving en beschikt over voldoende mensen. Bij grote internationale ervaring is het predicaat “**Certified International Congress Organizer**” gerechtigd
2. Het voldoet aan strenge eisen rond financiële transparantie, risicobeheersing, algemene voorwaarden en communicatie
3. Het bureau is transparant over organisatie en dienstverlening, direct naar opdrachtgevers en via de website
4. Het is verzekerd tegen aansprakelijkheid
5. Het stelt de belangen van opdrachtgevers en hun gasten voorop
6. Het onderwerpt zich aan strenge periodieke inspecties

## UW BIJEENKOMST IN DE BESTE HANDEN

# Erkend Internationaal Congresorganisatiebureau



Postbus 62 - 5600 AB Eindhoven

T +31 40-84 82 836


[info@vergaderhamers.nl](mailto:info@vergaderhamers.nl) - [www.vergaderhamers.nl](http://www.vergaderhamers.nl)



**Congress  
Care**

Congress Care –  
Uw medisch specialist in  
congressen en symposia

Europalaan 16  
5232 BC 's-Hertogenbosch  
T 073 – 690 1415  
E [info@congresscare.com](mailto:info@congresscare.com)  
I [www.congresscare.com](http://www.congresscare.com)



**pcO** PAUWELS  
CONGRESS  
ORGANISERS

Pauwels Congress  
Organisers

Avenue Ceramique 222  
6221 KX Maastricht  
T 043 - 321 81 80  
E [info@pauwelspcO.nl](mailto:info@pauwelspcO.nl)  
I [www.pauwelspcO.nl](http://www.pauwelspcO.nl)

CONGRESS  
BY DESIGN



Congress by design

Kloosterweg 6c  
3481 XC Harmelen  
T 088 - 0898101  
E [info@congressbydesign.com](mailto:info@congressbydesign.com)  
I [www.congressbydesign.com](http://www.congressbydesign.com)



**Cygnea**

Cygnea

Achterwetering 23  
2871 RK Schoonhoven  
T 0182 320126  
E [info@cygnea.nl](mailto:info@cygnea.nl)  
I [www.cygnea.nl](http://www.cygnea.nl)





Herinspectie Vergaderhamerkeurmerk bij Oudlaen, Utrecht

# “De branche wordt er beter van”

**Driejaarlijks bepalen de inspecteurs van het Vergaderhamerskeurmerk aan de hand van een uitgebreide inspectie welke congres- en vergaderlocaties in Nederland het vergaderhamerschild aan de muur mogen (laten) hangen. In januari nam inspecteur Simone Verdaasdonk voor een herinspectie Vergadercentrum Oudlaen onder de loep. De redactie van Meeting Magazine liep mee.**

In het verzamelgebouw Oudlaen in Utrecht zijn verschillende bedrijven gevestigd. Deze bedrijven maken veel gebruik van Vergadercentrum Oudlaen en het bijbehorende restaurant. Er zijn 14 zalen van verschillende groottes aanwezig die onder andere voor vergaderingen en trainingen worden ingezet. Vergadercentrum Oudlaen kwam na de eerste keuring in 2015 al in aanmerking voor drie vergaderhamers en wist met enkele aanpassingen meteen vier hamers te behalen. Algemeen manager Henk Koers hecht veel waarde aan dit keurmerk, dat als kwaliteits-

teitslabel voor de congres- en vergadermarkt geldt. “Het keurmerk van Vergaderhamers is geen doel op zich, maar helpt ons juist om scherp op de interne organisatie te blijven letten. Daarnaast willen we de komende tijd meer inzetten op acquisitie bij externe doelgroepen, en dan is het keurmerk een perfecte marketingtool.”

#### EISENBLAD

Voor de herinspectie heeft Koers van tevoren een uitgebreid eisenblad van vijf pagina's in moeten vullen. De eisen hebben onder andere betrekking op de kwaliteit, veiligheid, voorwaarden, duurzaamheid, hygiëne en zaalafmetingen. Alles komt aan bod, van schoonmaak, wifi en WA-verzekering tot de stoffering, apparatuur, routing en het inspelen op dieetwensen. Aspecten zoals het aantal zalen plus afmetingen, het type meubilair, het aantal toiletten en het aantal parkeerplaatsen zijn niet veranderd en worden overgenomen uit het vorige rapport. Inspecteur Simone Verdaasdonk controleert of alles is

ingevuld en loopt alle punten na. “Locaties moeten aan de basiseisen voldoen. Die eisen wijzigen na verloop van tijd en dan moeten deze opnieuw worden gecontroleerd. Tegenwoordig is een locatie bijvoorbeeld verplicht om een AED in het pand te hebben. Daarnaast kunnen locaties punten verdienen, zoals Oudlaen dat doet met het gratis beschikbaar stellen van 24 kluisjes. Het maximaal aantal te behalen punten is 68; een classificatie van vijf vergaderhamers.”

#### AANDACHTSPUNTEN

Verdaasdonk wijst Koers en assistent-manager Wouter Battem op een aantal zaken die uit de controle naar voren komen. Zo is er een oude factuur van de bedrijfsaansprakelijkheidsverzekering uit 2015 doorgestuurd; voor de herinspectie is een recente factuur nodig. Daarnaast is het haar opgevallen dat er nergens op de website duidelijk vermeld staat dat alle zalen van Oudlaen rolstoeltoegankelijk zijn. Hetzelfde geldt voor de aanwezigheid van oplaadpunten voor elektrische auto's. “Veel locaties denken hier niet aan, terwijl het belangrijke aandachtspunten zijn waar boekers steeds meer op letten.” Koers en Battem vinden de feedback terecht en maken aantekeningen. “De inspecteurs letten op elk detail, maar staan ook open voor creativiteit. Zo is een van de optionele eisen dat gasten droog van de parkeergarage naar de ingang moeten kunnen komen. Bij ons moet je vijf meter door de open lucht. Om dit op te lossen, stellen we pendelpara-

plu's in de parkeergarage en bij de receptie beschikbaar. Dit was voor zo'n korte afstand een prima oplossing.”

#### HERKENBARE KLEDING

Na het doorlopen van de lijst is het tijd voor een inspectieronde door het Vergadercentrum. “Bij de vorige inspectie kwamen er een aantal aandachtspunten aan het licht waar ik nu extra op ga letten”, licht Verdaasdonk toe. “Zo ontbrak er buiten een officieel verboden te roken bordje dat er nu wel hangt. De dames van de receptie dragen inmiddels herkenbare kleding en een badge. Wanneer de receptie het te druk heeft, kunnen gasten dankzij het aankondigingsscherm en de routing zelf de weg vinden.” Het reeds behaalde vergaderhamerschild is duidelijk zichtbaar in de foyer opgehangen.

#### LUCHTVOCHTIGHEID

Dan zijn de zalen van het Vergadercentrum aan de beurt. Verdaasdonk controleert of de gangmuren niet te veel en te grote beschadigingen en viezigheden vertonen en vindt dat het er prima uitziet. Per zaal staat aangeduid welke bijeenkomst er plaatsvindt. De uitgang van het vergadercentrum staat bij het verlaten van de zalen echter niet aangegeven. “In principe is dat niet noodzakelijk, omdat het een doodlopende gang is. Toch is het beter om dit duidelijk aan te geven, bijvoorbeeld op de deur van de uitgang”, zegt Verdaasdonk. Vervolgens wordt een aantal zalen gecontroleerd op lichtinval, luchtvochtigheid, gehorigheid

en de staat van het meubilair, muren en vloeren. “Lichtinval is een heel belangrijk aspect waar veel mensen niet bij stil staan”, zegt Verdaasdonk. “Voldoende licht op het tafelblad zorgt ervoor dat je ogen minder snel moe worden. In deze zaal is het aantal lux bij de ramen lager omdat je daar slechts indirect licht van de spotjes hebt.” De luchtvochtigheid blijkt in alle zalen te laag te zijn. Mensen die lenzen dragen, kunnen daardoor last van hun ogen krijgen. “Dat wordt centraal geregeld. Ik ga het morgen meteen navragen bij de eigenaar van het pand”, zegt Battem.

#### HOGER NIVEAU

Na het afronden van de herinspectie maakt de inspecteur de balans op en ontvangt Koers binnen enkele dagen een lijst met aandachts- en verbeterpunten. Bij navraag van Battem met betrekking tot de luchtvochtigheid blijkt er uitgerekend op de dag van de inspectie een systeemstoring te hebben plaatsgevonden. De assistent-manager heeft een bewijs van deze storing meegestuurd. “Daar heeft Oudlaen zeer adequaat op gereageerd”, aldus Verdaasdonk. Voor de resterende punten moet de locatie binnen zes maanden een oplossing doorvoeren. Verdaasdonk is tevreden. “Het is altijd leuk om mensen met passie over hun bedrijf te horen praten. Met de eisen van het Vergaderhamerkeurmerk kunnen we een locatie naar een nog hoger niveau tillen. En daar wordt de branche uiteindelijk ook beter van.”







Carlton Ambassador Hotel

# Overnachten als een diplomaat in de hofstad

Het Carlton Ambassador Hotel staat in de chique Haagse ambassadewijk. Wie een voet over de drempel zet, vindt er geheel in stijl ruime kamers met hoge plafonds, Delfts blauwe schilderijen en Hindeloopermotieven in het tapijt. Legendarische ambassadeurs als Gorbatsjov en Arafat sliepen er ooit. Toch biedt het hotel niet alleen een unieke ervaring aan diplomatieke grootgewichten, ook zakenreizigers en toeristen voelen zich er thuis.

**E**en tijdje terug is er flink verbouwd om het lifestylekarakter van het hotel te versterken en het een meer toegankelijk karakter te geven. In het ontwerp van de receptie is zowel een sta- als zitgedeelte gecreëerd. Blikvangers zijn de Delfts blauwe schilderijen en de Tudorroos\* die in het glas van de balie is verwerkt. Elke kamer is eveneens voorzien van een 'Dutch' of 'English' designstijl.

## RESIDENCE

De receptionistes heten ons vriendelijk welkom en leggen alles rustig uit. Voor ons is een Residence kamer gereserveerd. In Ambassador Residences bevinden zich negen Residences, die zich kenmerken door veel design en originele elementen. Bijzonder is dat de Residences ook inclusief boardroom allemaal tegelijkertijd af te huren zijn als

## Preferred Hotels & resorts

Carlton Ambassador Hotel is onlangs opgenomen in de collectie van Preferred Hotels & Resorts, een collectie van unieke en onafhankelijk hotels en resorts over de hele wereld. Het Haagse hotel mag zich een van de 650 hotels noemen die dit internationale kwaliteitslabel mag dragen.

Private Mansion. Met een eigen voordeur, de mogelijkheid een parkeerplaats voor de deur te reserveren en alle ruimte en privacy voor zakelijke aangelegenheden. Speciaal voor gasten die op zoek zijn naar Haagse exclusiviteit in een internationale omgeving.

Wanneer we onze kamer binnenlopen, voelen we die Haagse exclusiviteit ook meteen. Zo zien we een monumentale schouw, Delfts blauwe accessoires, Haagse blauwe stoffen en de Hindeloopen-elementen. Een mooi contrast met de historische elementen biedt de strakke badkamerkubus van gebrandschilderd glas die een echte eyecatcher is.

## EIGENWIJZE DOCHTER

's Avonds dineren we in hotelrestaurant Sophia. Voorheen heette dit restaurant Henricus, maar ook hier is

onlangs gekozen voor een wat meer toegankelijke uitstraling. De naam Sophia blijkt afkomstig te zijn van de eigenwijze dochter van Willem II, Sophia, die hier woonde. De menukaart geeft een indruk wie zij was: een reislustige Haagse dame met wereldse allure. Zo zien we veel lokale producten samengaan met internationale gerechten. Wij zijn één van de eerste gasten die aanschuiven in dit vernieuwde restaurant. Chef-kok Edward Kreuger brengt zijn liefde voor verse ingrediënten mooi samen op het bord. Zijn kookstijl is internationaal georiënteerd. Op het menu zien we gerechten van de Big Green Egg barbecue, klassiekers zoals de Aberdeen Angus beefburger, kroketten van Holtkamp, maar ook appetizers en het uitgebreide driegangen menu 'Puur'. Wij genieten van verschillende van zijn signatuurgerechten, die net kleine schilderijtjes zijn, mooi opgemaakt met vis uit de streek en lokale groente en kruiden. 's Avonds kruipen we moe maar voldaan in ons bed, dat voorzien is van thermo-elastisch traagschuim. Het matras vormt zich compleet naar ons lichaam, waardoor we 's ochtends uitgerust wakker worden.

#### NATUURLIJK DAGLICHT

Voordat we weer huiswaarts keren, krijgen we nog een rondleiding langs

de meeting- en conferentiezalen. De twee verschillende vergaderzalen van Carlton Ambassador hebben een smaakvolle, elegante inrichting en zijn voorzien van alle benodigde apparatuur en hebben natuurlijk daglicht. We zien veel hoge plafonds, sierlijke kroonluchters en andere elegante details. De twee zalen zijn te combineren tot een zaal van 220 m<sup>2</sup>. De Rubens Bar is af te huren voor feesten en partijen. Hier geniet je van een mooie selectie wijnen, (lokale) bieren, cocktails en gin & tonics. Voor wie niet meteen na het uitchecken naar huis wil: met het Binnenhof, Paleis Noordeinde, het Worldforum, kunstgaleries, winkels, bars en restaurants en zelfs het strand op steenworp afstand is het Carlton Ambassador tijdens een verblijf in Den Haag een karakteristieke uitvalsbasis in een inspirerende omgeving.

**\*De Tudorroos is het heraldische embleem van Engeland. De traditie om een dergelijke gestileerde roos als embleem te gebruiken, stamt uit de dagen van de regering van de Tudor-dynastie, met name die van Koning Hendrik VIII van Engeland.**







# Volop kennis en inspiratie tijdens IMEX 2019

Ook dit jaar staat een complete hal van de Messe Frankfurt geheel in het teken van IMEX 2019. De bezoekers kunnen 21 tot en 23 mei kennismaken met ervaringsgerichte activiteiten en eventdesign.

## EDUMONDAY

IMEX 2019 trapt op maandag 20 mei af met educatieprogramma's voor verschillende doelgroepen. Gedurende EduMonday, dat na registratie gratis toegankelijk is, komen drie hoofdthema's aan bod. Tijdens het programma She Means Business staat diversiteit, gendergelijkheid en vrouwelijke kracht (female empowerment) centraal. Inspirerende sprekers zoals politica Catherine Trautmann van de Franse Socialistische Partij, HR-manager Martina Niemann van Lufthansa

en HR Management en Gernot Sendowski van het HR Global Diversity & Inclusion team van de Deutsche Bank buigen zich over de uitdagingen waar vrouwen mee te maken krijgen.

## KLEINE TOT MIDDELGROTE BEDRIJVEN

Tijdens het Agency Directors Forum in het Schlosshotel Kronberg kunnen eigenaren en managementleden van kleine tot middelgrote bedrijven deelnemen aan een strategische sessie over de huidige uitdagingen binnen de branche. Deze sessie wordt begeleid door facilitator en trainer Terri Breining. Na het forum volgt een receptie met corporate executives bij Grandhotel Hessischer Hof en een SITE NITE netwerkbijeenkomst met incentive agencies en senior suppliers.



**ASSOCIATIEPROFESSIONALS**

Voor associatieprofessionals is er een speciaal educatie- en netwerkprogramma opgezet dat inzicht, inspiratie, aanbevelingen en oplossingen presenteert voor de uitdagingen waar verenigingen mee te maken hebben. Aan bod komen diverse sprekers, maar ook het leadership lab van de American Society of Association Executives, ICCA's imagination lab (over meeting en eventdesign) en sessies van MCI over GDPR compliance, sponsordeals en de meerwaarde van festivalisering.

**CORPORATE EXECUTIVES**

Ook aan de corporate executives die verantwoordelijke zijn voor de meetings en events binnen een bedrijf is gedacht. Sprekers afkomstig van onder andere Barclays, Cisco, Microsoft, KPMG en IOC

vertellen hoe je innovatieve en aansprekende evenementen organiseert met behulp van steeds verder ontwikkelende technologie, ROI-metingen en eventdesign. De diverse educatiesessies worden gehouden in de vorm van kampvuursessies, hot topic tables, expert clinics, research podcasts en seminars. Er is een speciale playroom waar je zelf met tools en technologie aan de slag kunt om te kijken hoe je bijeenkomsten interactiever kunt maken. In de white space is ruimte voor ontspanning, netwerken en één-op-één gesprekken.

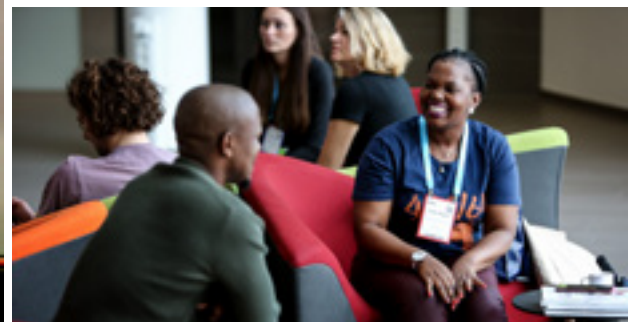
**BEURSVLOER**

Na EduMonday is het tijd om de beursvloer te bezoeken. Naar verwachtingen zullen er ook dit jaar weer ruim 3.500 standhouders te vinden zijn, variërend

van locaties en conventionbureaus tot vliegmaatschappijen en technologiebedrijven. Organisaties die hun komst reeds hebben bevestigd zijn de conventionbureaus van Nieuw-Zeeland, Cuba, Barcelona, Brussel en Litouwen. Ook Kempinski Hotels en Melia Hotels zullen aanwezig zijn. Tijdens de beurs valt er nog meer te ontdekken in de Discovery Zone (power of live en eventtechnologie) en de Be Well Lounge (ontspanning).

**AANMELDEN**

IMEX 2019 vindt plaats van 21 tot en met 23 mei in Messe Frankfurt. Bezoekers kunnen zich voor EduMonday en de beurs gratis aanmelden via [www.imex-frankfurt.com](http://www.imex-frankfurt.com).





## Sione Götte General Manager Sandton Château De Raay

Per februari 2019 is Sione Götte gestart als general manager van Sandton Château De Raay. Hiervoor bekleedde zij dezelfde functie gedurende zes jaar bij het Derlon Hotel in Maastricht en gedurende drie jaar bij Green Meet\*s Resort Zuid-Drenthe. Het romantische Château De Raay in het Noord-Limburgse Baarlo is gebouwd in 1256 en heeft een sprookjesachtige allure. Het kasteelhotel ligt direct aan het prachtige natuurgebied De Peel, waardoor het zeer populair is onder gasten die er graag te voet of per fiets op uittrekken. Sione volgt Tim Gilissen op, die de functie tot november vorig jaar vervulde. Sione is al zo'n 30 jaar werkzaam in de hotelierij en brengt daarmee zeer veel ervaring mee naar het luxe château. Sione volgde studies voor Toerisme, Recreatie en Horeca en Binnenhuisarchitectuur. Sinds 1997 was zij jarenlang verbonden aan Golden Tulip Hotels, waar zij public relations, sales, event hospitality & entertainment functies bekleedde in Nederland en Zwitserland (Lausanne). Het geliefde hotel in Baarlo telt vijftig kamers en suites, acht zalen, private diner ruimtes, een fitnessruimte, een hoog-gewaardeerd terras, een wijnbar en het beschikt over het inspannende restaurant de Wintertuin. Bovendien is Sandton Château De Raay een officiële trouwlocatie. Naast betoverende wandelroutes en honderden kilometers aan fietsroutes, combineren gasten een bezoek aan Château De Raay graag met een shopping spree bij Designer Outlet Roermond, een ontspannen dag bij Thermaalbad Arcen of een bezoek aan Golfbaan de Golfhorst.



Ivan Pakan, Gull Media & Design) vlnr: Annick Offringa, Nadine van Brederode, Wethouder Friso Douwstra, Jant van Dijk, Inez Bootsma

## Congres Bureau Friesland ontvangt Erkend Congresbedrijf-certificaat

Congres Bureau Friesland is als eerste Friese organisatie toegetreden tot het selecte gezelschap van Erkend Congresbedrijf-bureaus. Friso Douwstra, wethouder economische zaken gemeente Leeuwarden, overhandigde het certificaat namens de stichting Het Erkende Congresbedrijf aan het in Mantgum gevestigde congresbureau. Congres Bureau Friesland is daarmee het twaalfde bureau in Nederland dat het label mag voeren. De erkenning is toegekend door de Stichting Het Erkende Congresbedrijf dat is opgericht in 1995 op initiatief van de toenmalige Vereniging voor Nederlandse Congresbelangen en het Ministerie van Economische Zaken, met als doel de bevordering van de kwaliteit en transparantie van de congresbranche. "Deze erkenning is voor ons de kers op de taart voor ons werk van de afgelopen 10 jaar", zegt Jant van Dijk, eigenaar van Congres Bureau Friesland. "De certificering biedt onze opdrachtgevers de zekerheid dat onze dienstverlening voldoet aan de strenge kwaliteitseisen rondom professionaliteit, deskundigheid en ervaring." Het bureau werd gecontroleerd op 80 punten rond competenties, betrouwbaarheid, kennis, transparantie en ervaring. Steeds meer nationale en internationale congressen kiezen Leeuwarden als congreslocatie. Congres Bureau Friesland vervult sinds enkele jaren naast de rol van organisatiebureau ook een acquirerende rol in de congresmarkt en dat werpt z'n vruchten af. Ook de titel culturele hoofdstad 2018 heeft bijgedragen aan de groei van het zakelijk toerisme in Friesland. "De congresdeelnemers zijn zeer verrast en uitermate tevreden over de locaties, de hotels, de service en de stad en dat goede nieuws verspreidt zich. Wij hebben daardoor ruime ervaring kunnen opdoen in de organisatie van nationale en internationale congressen en positieve referenties ontvangen, beide belangrijk in de toekenning van het label Erkend Congresbedrijf", aldus Van Dijk.

## Sven Wiertz treedt toe tot directie MECC Maastricht

Per 1 maart is Sven Wiertz toetreden tot de directie van MECC Maastricht. De uitbreiding van de directie is in lijn met de groeiende portefeuille, de internationale ambities en de upgrade en uitbreiding van MECC Maastricht. Sven Wiertz is al geruime tijd werkzaam voor MECC Maastricht waarvan de laatste zes jaar als Manager Event Services. In zijn functie als Operations Director is hij operationeel eindverantwoordelijk voor alle beurzen, congressen en evenementen. Rob van de Wiel, Managing Director MECC Maastricht: "We zijn belangrijke stappen aan het zetten om MECC Maastricht toekomstproof te maken en onze ambitieuze plannen te kunnen realiseren. Een nieuwe managementstructuur en versterking van de directie zijn daarbij essentieel. Wij zijn ervan overtuigd dat de toetreding van Sven Wiertz tot de directie een belangrijke bijdrage zal leveren aan onze verdere internationale ontwikkeling." De samenstelling van de directie zal per 1 maart bestaan uit: Rob van de Wiel (Managing Director), Frank Mimpfen (Commercial Director) en Sven Wiertz (Operations Director).

# Het ongrijpbare succes van EMEC19

Elf maanden lang heeft een team van twintig vrijwilligers ernaartoe gewerkt om een uniek event te designen. Een vierdaagse conferentie georganiseerd door MPI Nederland, voor en door event professionals. Afgelopen februari heeft het team achter de European Meetings en Events Conference (EMEC19) laten zien dat het écht anders kan. Dat die missie in alle opzichten geslaagd is, blijkt wel uit lovende reacties op social media. Maar wat was nou precies de sleutel tot dat succes?

Tekst Miranda Schoonderwoerd-Corral - Foto's Ramon van Jaarsveld - Clickshots.nl



HET EVENT ALS BELEIDSTRUMENT - TERUGBLIK EVENTSUMMIT 2019 - EVENTS ZIJN DE TOEKOMST - TIPS VOOR EEN GOED OPGEBOUWDE PRESENTATIE



Nog nooit vertoond: (een escape) door Sherlocked voor ruim 300 man (Fokker Terminal).



**S**oms heb je een fantastische ervaring, maar kun je niet echt onder woorden brengen waardoor het komt. 'Ineffable' heet dat, zeg maar het wow-effect van een event. Dat is precies wat de deelnemers van EMEC19's Changing the Game vorige maand in Den Haag meemaakten – en dat was geen toeval. Sterker nog, er was in het design van EMEC19 niets aan het toeval overgelaten. Bijna elke stap van de deelnemer was gescript. "We hebben ont-zet-tend veel tijd in het design en de productie gestoken, waarbij we werkelijk over álles hebben nagedacht. Ons doel was om de deelnemers op een verrassende manier mee te nemen in het verhaal. Dat heeft een groot deel van het succes bepaald", aldus Gijs Verbeek, directeur van MPI Nederland, en projectleider Sven Boelhouwer, die samen het kloppende organisatiehart van EMEC19 vormden.

#### ECHTE CONNECTIES EN BONDING

"Tijdens het designproces, waarvoor we het Event Canvas gebruikten, hadden we tien *design principles* bepaald. Een daarvan was échte connecties maken – niet pas halverwege het congres, maar meteen vanaf het begin. Zo kwamen we op het idee van een ophaalservice. Nederlandse deelnemers kregen de mogelijkheid om buitenlandse gasten van Schiphol op te halen, met

hun eigen auto. Het was een enorme logistieke operatie, maar het werkte wél. In de drie kwartier die je samen in de auto zit, krijg je namelijk heel andere gesprekken, het is veel persoonlijker. Je leert zo de persoon achter het bedrijf kennen. Nog voordat het congres was begonnen, waren de eerste echte connecties al gelegd. Op die manier creëerden we meteen een waardevol netwerkmoment."

Diezelfde avond vond het tweede, grotere netwerkmoment plaats: de feestelijke aftrap van EMEC19 in het Louwman Museum in Den Haag. "Die bijeenkomst hebben we bewust aan het begin van het event gepland, in plaats van het traditionele feest aan het einde. De achterliggende gedachte was om deelnemers direct vanaf het begin een veilige haven te bieden, dat je je niet alleen of verloren voelt – de angst van veel congresbezoekers. De netwerkbijeenkomst in Louwman draaide om *bonding* door middel van fun en gamification, allemaal gebaseerd op de design principes. Er stonden foodstations waar je bijvoorbeeld alleen eten kreeg als je samen met iemand in het Frans bestelde of iemand uit Oost-Europa meenam. Het ene kwam beter uit de verf dan het andere, maar het eerste deel van ons motto, *Change the way we meet*, konden we die eerste avond gelijk afvinken."



Afwijkende settings voor de workshops in World Forum The Hague op maandag.

### ACHTTTIEN MINIPRODUCTIES

De volgende dag werd met de *learning journeys* het andere deel van het motto ingeluid: *Change the way we learn, Change the way we experience*. Ook voor het educatieve deel lag de lat hoog. “We wilden geen ‘zitten-en-luisteren’-sessies, maar een vernieuwend en interactief programma met verschillende leerstijlen, verspreid over verschillende locaties. Ook die keuzes kwamen voort uit de design principles, maar ze maakten de productie wel heel ingewikkeld. In totaal hebben we achttien locaties gebruikt. Dat betekent dus achttien keer op gesprek, achttien keer catering, logistiek, AV en ga zo maar door. Eigenlijk waren het achttien miniproducties.”

“Het mooie was dat alle locaties direct enthousiast reageerden zodra we vertelden wat we met EMEC19 voor ogen hadden. ‘Dit is gaaf, dit is anders. Hierin willen we een rol spelen, wat kunnen we doen?’ Als iedereen in de ‘ja-modus’ staat, ontstaat er een beetje magie. Dat maakt het project niet alleen makkelijker, maar ook veel leuker.” “In de design principles stond bijvoorbeeld ook dat we Nederland op een originele manier op de kaart wilden zetten. Dat is gelukt mede dankzij de inzet van The Hague Convention Bureau en World Forum The Hague. Beide zijn vanaf het allereerste begin, drie jaar geleden, bij het bid betrokken geweest. Door hun support is het uiteindelijk gelukt om EMEC19 naar Nederland te halen.”

### ‘Ineffable’ tot in detail

Waarvoor maakte EMEC19 zo’n impact? Een kijkje achter de schermen, van kleine tot grote effecten.

- Ophalen van buitenlandse gasten door Nederlandse deelnemers.
- Gebruik van 18 verschillende eventlocaties.
- Een catchy eventsong: *This is the Greatest Show*.
- Organisatieteam herkenbaar aan blauwe jassen; oranje opblaashandjes om de uitgang te wijzen; originele aanduiding van functies: Deputy Sheriff, Chief, Rock Stars.
- Zondagmiddag: inspirerende keynote van kunstenaar en innovator Daan Roosegaarde (Fokker Terminal).
- Escape room door Sherlocked met 300 man in de Fokker Terminal.
- Maandag opening congresdag in World Forum The Hague: deelnemers óp het podium met een flashmob door theaterstudenten die a capella *This is the Greatest Show* zingen.
- Workshops in aantrekkelijke settings (huiskamer, zitzakken, barkrukken, staand).
- MPI’s Rendezvous in Hotels van Oranje met een tropical beachparty rondom het zwembad.
- Dinsdagochtend: thema *Festivalisation of Events* met een keynote van Irfan van Ewijk (ID&T) en zaal in catwalkopstelling.
- Afsluiting: reflectiemoment. Dansgroep in witte morph-pakken deelt witte objecten uit waarop deelnemers schrijven hoe zij ‘Changing the Game’ gaan toepassen.



Tijdens de *learning journey Music & Leadership* in Stadsgehoorzaal Leiden ervaren deelnemers van dichtbij hoe een dirigent zijn orkest leidt.





Ziet u door de  
bomen het bos  
niet meer?



## EEN EVENEMENT ORGANISEREN EN DE WEG KWIJFT IN DE AV-JUNGLE?

Loopt u, als inkoper van AV, ook vaak tegen een onoverzichtelijke jungle aan van technische begrippen, afkortingen en jargon? Onze medewerkers zijn daarin de ideale gids en helpen u graag de weg te vinden.

MEER INFORMATIE? Bel met 020 606 93 40 of stuur een email naar [info@acsaudiovisual.com](mailto:info@acsaudiovisual.com) | [www.acsaudiovisual.com](http://www.acsaudiovisual.com)



## Wilkhahn

### mAx klaptafel

- De mAx klaptafel is een gepatenteerde klaptafel.
- Een hogere belasting zorgt voor meer stabiliteit!
- De eerste klaptafel met dragende inhangbladen en uitrolbare frontpanelen.
- Diepte van 45 tot 90 cm.
- Leverbaar in een lengte van 120 t/m 220 cm.
- Voorzien van bladen met een licht gewicht.
- mAx is leverbaar in een breed uitvoeringsniveau.

*Wilkhahn ontwikkelde in 1994 zijn eerste klaptafel en is internationaal marktleider.*

Bezoek ons in de van Nelle fabriek te Rotterdam.

Van Nelleweg 2120, 3044 BC Rotterdam, 010-7503390, [info@wilkhahn.com](mailto:info@wilkhahn.com)  
VOOR MEER INFORMATIE: ZIE: [WWW.WILKHAHN.COM](http://WWW.WILKHAHN.COM)



Dé online showroom en kassa van  
elke AV Verhuurder

MÉÉR DAN 25.000  
PRODUCTEN OP

RENT  
AROUND!

T 055 - 3125450 - E [INFO@RENTAROUND.NL](mailto:INFO@RENTAROUND.NL)

I [WWW.RENTAROUND.NL](http://WWW.RENTAROUND.NL)



Projectleider Sven Boelhouwer en  
Gijs Verbeek, MPI Nederland-directeur (staand).



Deelnemers op het podium van World  
Forum The Hague, in plaats van in de zaal.

#### KLEINE MOMENTEN

EMEC19 draaide vrijwel uitsluitend op vrijwilligers, zo'n twintig in totaal. "Allemaal professionals die daar heel veel tijd en energie in hebben gestoken. Net als voor de partners van EMEC19 geldt ook voor hen dat iedereen meer heeft gedaan dan van ze werd verwacht. Van de Rock Stars, onze stagiaires die een essentieel aandeel hebben geleverd, tot alle commissieleden die zich met ziel en zaligheid hebben ingezet. De tienkoppige programmacommissie bijvoor-

beeld heeft hun zakelijke netwerk opengesteld om tot de best mogelijk inhoudelijke programmering te komen voor de in totaal drie keynotes, zeven learning journeys en zestien workshops. Soms was dat best ingewikkeld, want iedere professional heeft zo z'n ideeën en gedachten. Babs Nijdam heeft als voorzitter van de programmacommissie een heel belangrijke rol daarin gespeeld. Zij was het bruggenhoofd tussen de programmacommissie en het projectmanagement." Tijdens het event klonken er al veel posi-

tieve geluiden, maar na afloop ging het echt viral. Op social media regende het complimenten. Deelnemer Gorazd Cad vatte het treffend samen: *Everything, what everyone working in the event industry and meeting design dreams of, was put into reality by the Dutch colleagues. I am sorry for everyone who couldn't make it to The Hague.*

Het ongrijpbare succes van EMEC19 heeft laten zien dat innovatie loont. De kunst is je deelnemers het 'ineffable' gevoel te laten beleven. Hoe heeft team EMEC19 dat voor elkaar gekregen? "Wij hebben vooraf gezegd: we moeten mensen raken met kleine elementen, met persoonlijke dingen. Het ging ons om de live-ontmoeting. We hebben bewust niet gekozen voor grootse schermen en podia. AV was ondersteunend, niet leidend. De flashmob van het koor, de escape room door Sherlocked met driehonderd man, de ervaring om naast de dirigent van een orkest te staan of in een catwalkopstelling te zitten, en natuurlijk de afsluiting op dinsdag over *Festivalisation of Events*, met de keynote van Irfan van Ewijk en de dansers in hun witte morph-suits. Het is de kracht van al die kleine persoonlijke momenten die de deelnemers raakten en EMEC19 tot een ongrijpbaar succes maakte."



De congres-tekenaar doet verslag  
van de Leadership-track.





# Festivalisering van events

**Tijdens EMEC19 lag de nadruk op een nieuwe, creatieve aanpak van het organiseren van zakelijke bijeenkomsten. De inspirerende sprekers Steve O'Malley (Maritz Travel) en Irfan van Ewijk (Woov, voorheen ID&T) doken in de festivalisering van events.**

Fotografie Ramon van Jaarsveld – Clickshots

**E**MEC19 heeft het jaarcongres op een aantal punten net even iets anders aangepakt dan gebruikelijk is. Dat is ook te zien op de vierde en laatste dag van het congres; de deelnemers mogen in het World Forum Den Haag plaatsnemen in een kruisvormige opstelling. Na een kort welkomstwoord trapt Steve O'Malley, division president bij Maritz Travel, af met zijn ervaring op het gebied van eventorganisatie. O'Malley weet als geen ander hoe je de festivaliseringstrend het beste toe kan passen bij je event design. Neem bijvoorbeeld eenvoud. Het onderwerp van je bijeenkomst moet zo kort en bondig mogelijk kunnen worden samengevat. Zo bondig dat je het bijvoorbeeld

op een t-shirt zou kunnen zetten. Nu is een t-shirt tijdens festivals een geliefd merchandise-product, dus waarom zou je dit niet als gimmick uitdelen? Het creëert bovendien een gevoel van saamhorigheid. Hetzelfde geldt voor het gebruik van culturele symbolen. Deze bieden een mooi aanknopingspunt om met elkaar in gesprek te gaan. Een element om je event beter te laten beklijven, is storytelling. O'Malley noemt kinderverhalen als voorbeeld. Deze zijn zo opgebouwd dat ze de aandacht weten vast te houden. Door een goed onderbouwd verhaal te vertellen, letten mensen op en krijgen ze je boodschap mee. De kruisvormige opstelling benoemt O'Malley als een mooi voorbeeld van vernieuwing, dat eveneens essentieel is. Ook tipt hij om meer aandacht te besteden aan het afscheid, bijvoorbeeld door tegen de deelnemers een welgemeend 'tot ziens' te zeggen. Het is een belangrijk onderdeel van de totaalbeleving en kost niets. Het maakt de kans juist nog groter dat de deelnemers na afloop over je event gaan praten op social media.

## GEMIDDELD BESTAAT NIET

O'Malley haalt een aantal onderzoekers en schrijvers aan. Een daarvan is Daniel Pink, auteur van diverse boeken over werk, het zakenleven en gedragswetenschappen. Volgens Pink zit er 's ochtends een duidelijke piek in de aandachtspanne en leercurve van deelnemers, terwijl de meesten aan het begin van de middag een dip ervaren. Voor een grotere impact van je event zou je dus 's ochtends de zwaardere onderwerpen aan bod moeten laten komen

en aan het begin van de middag juist reflectietijd in moeten bouwen. Deelnemers kunnen die tijd dan gebruiken om bijvoorbeeld hun e-mails te lezen. 's Avonds is het ideale moment om te socializen en de informatie te herkauwen.

Ook het boek *The End of Average* van Harvardwetenschapper Todd Rose komt aan bod. Dit boek ontkracht de mythe dat er een gemiddeld persoon bestaat. De maatstaf 'gemiddeld' doet juist onrecht aan de aard en individuele karaktereigenschappen van een persoon. Dit geldt ook zeker voor de gastenlijst van je bijeenkomst. Je doelgroep kun je definiëren aan de hand van aspecten zoals demografie, leeftijd maar ook introversie of extraversie. Hier kun je je eventdesign op aanpassen voor een betere beleving en meer impact. O'Malley noemt een voorbeeld van een eigen bedrijfsevent waarbij hierop in werd gespeeld. Bij de eventregistratie werd gevraagd naar vier dingen die de deelnemers belangrijk vonden. Deze grootste gemene delers kwamen vervolgens terug in vier verschillende goodiebags. Doordat de gemeenschappelijke hobby's en interesses van de deelnemers kenbaar werden gemaakt, zorgde dit voor een connectie – en dus interactie – tussen de deelnemers.

#### DE I IN ID&T

De tweede spreker van de laatste ochtend is Irfan van Ewijk, mede-oprichter en oud-eigenaar van entertainment- en mediabedrijf ID&T. Tegenwoordig richt hij zich op Woov, een digitale wegwijzer voor eventbezoekers. Volgens Van Ewijk loopt game changing als



rode draad door zijn carrière. In de jaren negentig maakt elektronische muziek diens opkomst en worden er onder andere in RoXY in Amsterdam illegale houseparty's georganiseerd. Vanwege de illegaliteit geven deze feestjes een gevoel van exclusiviteit bij de bezoekers. Het eerste feest van Irfan van Ewijk, Duncan Stutterheim en Theo Lelie (de voornamen vormen ID&T) is *The Final Exam* in de Jaarbeurs in 1992. Ondanks de laagconjunctuur weten zij 7.500 kaarten te verkopen dankzij enkele slimme marketingtrucs. Volgens Van Ewijk is juist die laagconjunctuur en de daarmee gepaard gaande mineurstemming een van de redenen waarom rave en techno dan in opkomst zijn. Later wordt techno mainstream dankzij

de ietwat afgezwakte versies van bekende dj's in de clubs en disco's.

#### OVER PERFORME

In 2018 vond alweer de 25e editie van *Thunderdome* plaats. Volgens Van Ewijk is het geheim achter het succes 'under promise en over performe'. Door niet voor het geld te gaan maar juist te blijven investeren in de mooiste decors, shows en goede campings creëer je beleving bij de bezoekers, die de ambassadeurs van het festival worden. Ondertussen is de markt voor dancefestivals een stuk concurrerender geworden en zijn in de loop de jaren het format en het business model steeds vernieuwd. Zo wordt er tegenwoordig veel meer met sponsors gewerkt. Onder andere via social media worden activiteiten ingezet. Ook storytelling is een belangrijk onderdeel van de promotie. Een ander project is *10.000 hours*. Deze stichting organiseert samen met dj's, artiesten en festivals diverse vrijwilligersacties zoals opknap- en onderhoudacties in parken waar jongeren aan deel kunnen nemen. Het doel is om bewustwording voor het milieu en maatschappelijke betrokkenheid te creëren en jongeren door middel van vrijwilligerswerk een goed gevoel te geven. Ook dit initiatief doet veel voor de branding van festivals.

Zowel Van Ewijk en O'Malley benadrukken dat vernieuwen essentieel is om succesvol te blijven. Daarbij staat het maken van een echte connectie met je bezoekers en het bieden van inspiratie centraal. Als je dat voor elkaar krijgt, bereik je een optimaal effect en blijf je relevant voor je doelgroep.







# Aandacht voor introverte gasten

Tijdens EMEC19 konden de deelnemers op de derde dag kiezen uit zestien verschillende kennissessies, opgedeeld in de vier thema's Risk Management, Meeting Perspective, Design Thinking en Leadership.

Fotografie Ramon van Jaarsveld – Clickshots

**H**et thema Meeting Perspectives had betrekking op de verschillende perspectieven van waaruit je een bijeenkomst kunt organiseren. Een van de belangrijkste perspectieven is die vanuit de deelnemer zelf. Juup Laarman-de Kanter besteedde

hier met de sessie 'Engaging introverts in extravert-ruled meetings' aandacht aan.

## OBSERVEREN

Dat de verschillen tussen introverte en extraverte mensen de moeite waard zijn om rekening mee te houden, blijkt uit het feit dat maar liefst 30 tot 50 procent van de mensen introvert is of hier in bepaalde situaties sterk naar neigt. Een individu kan namelijk kenmerken van beide hebben. Tussen de hersenen van introverte en extraverte mensen zitten duidelijke neurologische verschillen. Extraverten gaan meer af op gevoel, zijn vaak energiek en zijn erg goed in small talk. Introverten luisteren en observeren liever



vanaf een afstand. Ze willen eerst de ruimte verkennen. Hun voorkeur ligt bij een diepgaand gesprek. Introverte mensen komen beter tot hun recht in kleine groepen.

#### VERWACHTINGEN MANAGEN

Volgens Laarman kun je op verschillende momenten gedurende de organisatie van je event het proces zo inrichten dat introverte mensen zich meer aangesproken voelen, meer op hun gemak zijn en dus uiteindelijk meer uit de bijeenkomst halen. Dat begint al bij het uitnodigingstraject en het managen van de verwachtingen. De voor kennis van de gasten kun je gebruiken om de uitnodiging nog beter op de doelgroep af te stemmen. Het wordt al laagdrempeliger als je vooraf aangeeft wat het doel en het thema van de bijeenkomst. Wordt er van de deelnemers een actieve rol verwacht of gaat het juist om socializen?

#### RUIMTE VOOR REFLECTIE

Bij de ontvangst kan een extraverte host introverte mensen wat doen afschrikken. Een kalm maar warm welkom spreekt hen meer aan. De opbouw van een sessie wordt door introverte mensen als prettig ervaren wanneer er ruimte is voor rust. Door af en toe een korte stilte te laten vallen en niet te snel te praten, is er ruimte voor reflectie. Reflectiemomenten tijdens en tussen de sessies door inplannen, is sowieso nuttig. Wanneer je heel bewust nadenkt over de informatie die hebt meegekregen, blijft dit ook beter hangen en is de kans groter dat je er uiteindelijk iets mee gaat doen. Je kunt bijvoorbeeld een boom met opdrachten presenteren waar deelnemers gedurende de dag aan moeten werken. Die opdrachten kunnen inhouden dat je gaat nadenken hoe je twee meeting design perspectieven kan gaan toepassen, maar ook het leggen van vijf nieuwe contacten of twee keer heel hard om iets lachen.

#### INPUT VANUIT HET PUBLIEK

Tijdens sessies waarbij actief naar input vanuit het publiek wordt gevraagd, zijn introverte mensen vaak niet geneigd om hun zegje te doen. Een andere bewoording kan helpen om hen alsnog over de drempel te trekken. In plaats van iemand voor het blok te zetten door te vragen naar diens mening, kun je ook vragen wat iemand denkt. Daarmee geef je de boodschap dat er ruimte is voor verschillende perspectieven. Het toewerpen van een catchbox kan als te direct worden ervaren. In plaats daarvan kun je ook anoniem meningen en relevante onderwerpen in laten sturen en deze op het podium delen. Het inzetten van objecten kan introverten helpen om op gang te komen bij het netwerken. Je hebt dan een concrete aanleiding om over te praten.

Een ander manier legt Laarman uit aan de hand van een voorbeeld. Tijdens een sessie waar gasten uit Azië en West-Europa aan deelnamen, wilden de organisatoren graag dat zij zelf ideeën inbrachten en daarmee aan de slag zouden gaan. De culturele verschillen boden de nodige uitdagingen. Aziaten willen doorgaans graag als één groep voor de groep werken, terwijl West-Europeanen juist hun eigen moment of fame willen. Dit werd opgelost door de deelnemers individueel of in groepsverband

onderwerpen en ideeën op te laten schrijven en de papiertjes op een muur te plakken. Toen de ideeën aan de muur hingen, kon iedereen er langslopen en een aantal onderwerpen naar keuze individueel of in groepsverband verder uitwerken. Die methode werkte prima omdat er geen compromis in werkwijze hoefde te worden gesloten. De organisatoren noemden dit zelf 'design the third way', wat inhoudt dat je je programma zo samenstelt dat iedereen zich comfortabel voelt.

#### TEAM UP

Een trend die al gaande is en voor zowel introverte als extraverte personen goed werkt, is werken in groepsverband. Beide groepen hebben wel elk hun eigen voorkeur qua aanpak. Extraverten houden van brainstormen en sparren, het voortbouwen op elkaars kennis en het aanhalen van connecties. Introverte mensen geven de voorkeur aan een constructieve aanpak waarbij men de diepte ingaat. Denk aan hypothesen testen en opties elimineren. Hiervoor is veel kennis van het onderwerp vereist. Maak tijdens een creatieve sessie dus ruimte voor schrijven, nadenken en houd rekening met verschillende werktempo's. Dan profiteer je van beide werkwijzen.

#### NETWERKEN

Introverte mensen zijn niet altijd even goed in het leggen van nieuwe contacten, zeker in een zaal vol mensen. Door van tevoren de gastenlijst inclusief namen en functieniveau bekend te maken, kunnen introverte mensen zich beter voorbereiden en gericht op mensen afstappen. Het netwerken kun je nog eens extra stimuleren door voorwerpen in te zetten waarmee een gesprek makkelijker op gang komt. Door na afloop nogmaals de gastenlijst te delen, kunnen de deelnemers nalopen met wie ze niet hebben kunnen spreken en kunnen ze alsnog zelf individueel contact leggen.

Bovengenoemde aanpassingen in meeting- en eventdesign zijn een kleine moeite, maar hebben een grootste impact op de effectiviteit van je bijeenkomst. Je zorgt voor een prettige omgeving en een betere beleving voor introverte mensen. En die extraverte deelnemers? Die redden zich prima.





Kenniscongres Creating Legacy

# Het event als beleidsinstrument

**Nijmegen kijkt terug op een zeer geslaagd jaar als European Green Capital. Om het groene gedachtegoed verder te verankeren in het gemeentebestuur en de opgedane kennis te kunnen delen met anderen, organiseerde de projectgroep achter het themajaar op 21 februari het congres Creating Legacy met diverse interessante sprekers en workshops.**

Fotografie Jan-Willem de Venster

Na twee eerdere pogingen slaagde Nijmegen enkele jaren geleden erin om voor 2018 de titel European Green Capital 2018 te veroveren. Deze award is een beloning voor steden die uitblinken in het verbeteren en verduurzamen van de leefomgeving en als inspiratiebron kunnen dienen voor andere steden. In aanloop naar deze award werden er in 2017 al diverse bijeenkomsten georganiseerd met verduurzaming als thema, waaronder het

jaarcongres van de European Cyclists' Federation Velo City. Tevens tekenden in 2017 27 Nijmeegse evenementenorganisaties het convenant 'verduurzaming evenementen', waarmee zij beloofden om gezamenlijk en individueel invulling te geven aan de verduurzaming van evenementen in Nijmegen. In 2018 vonden er diverse evenementen plaats door en voor de inwoners van Nijmegen zoals duurzaamheidscafés, lezingen en een boomplantdag. Met de titel European Green Capital 2018 op zak kan Nijmegen verder bouwen aan de profilering van groene, duurzame stad. Evenementen zullen deze profilering de komende jaren gaan ondersteunen.

## GROENE STAD

Tijdens het congres Creating Legacy deelde de gemeente Nijmegen, de Provincie Gelderland en de projectgroep haar bevindingen rond de inzet van evenementen met als doel om maatschappelijke betrokkenheid en bewe-



ging te creëren. “Evenementen spelen een belangrijke rol om een stad of regio op de kaart te zetten”, vertelde Maike de Lange, eventmanager European Green Capital, tijdens het openingswoord. “Door een evenement in te zetten als beleidsinstrument, kun je verandering tot stand brengen. Creating Legacy is zeker geen sluitstuk van European Green Capital, maar juist het startpunt.”

Michiel Scheffer, die namens D66 gedeputeerde bij de provincie Gelderland is en economie, innovatie en Europa in zijn portefeuille heeft, beaamde dit. “We gaan nu voortbouwen op de erfenis van deze Europese titel en Gelderland op de kaart te zetten. Als provincie kijken we hoe duurzaamheidsdoelen die we hebben gesteld verder kunnen verankeren in het beleid en bevorderen. Een evenement is daarbij een zeer krachtig middel.”

Inmiddels is de volgende Europese titel al binnen. In 2019 is Gelderland samen met Thessaly en het prinsdom Asturië European Entrepreneurial Region (EER). Deze titel wordt uitgereikt aan EU-regio's met een innovatief ondernemingsbeleid.

#### JUISTE PROFILERING

Volgens prof. dr. Gert-Jan Hospers passen evenementen heel goed bij de huidige tijdgeest die wordt gekenmerkt door vluchtigheid. “Als het event niet slaagt, vergeet men het uiteindelijk vanzelf. Als het goed gaat kun je er op voortbouwen. Wel is het belangrijk om klein te beginnen

en vast te houden aan een bepaald thema. Dit thema moet ook een duidelijke lokale verankering hebben.” Hospers is erg te spreken over de profilering van Nijmegen als European Green Capital. “Vaak is de uitkomst van een onderzoek naar city-marketing iets wat je eigenlijk al weet. De beste profilering heeft een natuurlijke link, maar is wel gekoppeld aan een nieuw aspect. Het thema duurzaamheid sluit heel goed aan bij het DNA van de regio Arnhem Nijmegen. Mensen associëren dit met groen en water. Bovendien past het bij de tijdgeest. Onderwerpen zoals duurzaamheid en het klimaat leven in de

maatschappij, zeker onder jongeren en studenten. Het themajaar is bovendien goed uitgevoerd. Inwoners werden actief betrokken bij de invulling. Wanneer de inwoners binding met het evenement hebben, worden zij de ambassadeurs van jouw bijeenkomst. Evenementen zoals het WK zijn juist heel erg top down georganiseerd en daar komt dus ook vaak kritiek op uit de samenleving.” Maar is het nu wel aan Nijmegen om de groene profilering waar te blijven maken. “Het is nu zaak om vast het houden aan het duurzaamheidsverhaal en geen evenementen met andere thema's zoals sport binnen te halen. Je moet steeds nieuwe initiatieven creëren om het thema levend te houden. Promoot je groene identiteit aan de hand van storytelling en laat het ook vooral zien met evenementen met een duidelijk thema en karakter. En stel doelen centraal die je op lange termijn wil bereiken.”

#### EVENT ALS IMPULS

Hoe een evenement als beleidsinstrument kan worden ingezet, vroeg Maike de Lange tijdens het congres ook aan Joop Mulder (oprichter Oerol en initiator Sense of Place), Joszi Smeets (grondlegger Slow Food Youth Network) en Jan Rotmans (hoogleraar transitie management en duurzaamheid). Met de oprichting van Oerol in 1982 wilde kroegeigenaar Joop Mulder de bezoekers van Terschelling een totaalbeleving van het eiland meegeven en hen de bijzondere plekken laten zien. Voorheen stond het Waddeneiland namelijk bekend als locatie waar met name 's zomers



Jan Rotmans, Joszi Smeets en Joop Mulder





feestvierende jongeren op af kwamen. Oerol begon als eerste Nederlandse straatfestival en is inmiddels uitgegroeid tot een eilandfestival. "Oerol heeft het eiland een enorme economische impuls gegeven, meer dan 70% van de Oerolbezoekers komt twee tot drie keer per jaar terug naar Terschelling", vertelt Mulder. De ervaring die hij met Oerol heeft opgedaan, zet hij nu in bij zijn nieuwe project Sense of Place. "De waterschappen gaan langs gehele kustlijn een zachte dijk creëren waardoor de energie uit de golven wordt afgezwakt en er nieuwe ecosystemen voor flora en fauna ontstaan. Bij mij ontstond toen het concept Dijk van een Wijf, een vrouwenlichaam begroeid met dijkflora als icoon voor deze dijken waarmee je het verhaal achter de dijken kunt vertellen." Uiteindelijk wil Mulder met dit concept het Noorden van Nederland opnieuw op de kaart zetten. "Het Noorden is een vergeten gebied waar veel krimp is, terwijl het gebied met de eerste dijken juist een belangrijke plaats in de geschiedenis van Nederland inneemt. In tijden van klimaatverandering kun je laten zien hoe rijk dit gebied juist is. Uiteindelijk moet het Noorden weer op de kaart komen door middel van cultuurtoerisme. En dat kan op termijn de krimp tegengaan."

#### BOERENFAMILIES IN BEELD

Met haar betrokkenheid bij het Slow Food Youth Network en Food Hub is Joszi Smeets gewend om tamtam te maken en evenementen te organiseren om aandacht te vragen voor voedsel educatie. Haar huidige project is de campagne 'Nieuwe Boerenfamilie' waarbij boerenfamilies worden gekoppeld aan een eigen innovatieteam met experts zoals artsen, juristen en marketeers. "Deze experts gaan samen met de boeren kijken hoe agrariërs in de toekomst zouden moeten opereren. Een aspect van ons huidige voedselprobleem is dat stad en platteland uit elkaar zijn gegroeid. Met deze campagne willen we de maatschappij dichter bij de boeren brengen en hen helpen met hun communicatie. De naam 'Nieuwe Boerenfamilie' roept iets op bij mensen. De boerenbedrijven zijn het fundament van de Nederlandse landbouw. Die familiebedrijven voelen zich met deze campagne gezien. Een klein woord of teken als herkenning kan helpen om dit te triggeren. Iedereen kent bijvoorbeeld de regenboogvlag als symbool van de gay pride. De strijd die deze community aan het voeren is, is deels achterkamerpolitiek. Tijdens het jaarlijkse publieke moment wordt die strijd zichtbaar gemaakt. Dat geeft een heel sterk beeld."

**MISLUKTE EVENTS**

Jan Rotmans geeft aan dat je soms meer leert van de evenementen die mislukken. Zelf was hij betrokken bij de bidprocedure om de wereldtentoonstelling naar Rotterdam te halen. Ondanks het goed doordachte concept ging de Expo uiteindelijk niet naar de Maasstad. “We kozen bewust voor een bottom-up benadering. Daarnaast zouden alle paviljoens na de Expo in de haven van Rotterdam een tweede leven krijgen. Helaas zag de overheid er niets in.” Het concept wordt overigens alsnog uitgevoerd in de vorm van Roadmap Next Economy met als doel om van Rotterdam de schoonste stad van Nederland te maken. “Omdat je nu geen concreet event hebt, mis je iets om naartoe te werken, maar de beweging zet zich wel degelijk voort.” Een event waar Rotmans weinig heil in ziet, is de Floriade. “Dit is een voorbeeld van een event zonder legacy. Vaak gaat het om een eenmalig project dat miljoenen verliest draait en mede bedoeld is om het imago op te vijzelen. De Floriade is tot nu toe niet geworteld in de samenleving en de focus ligt op rendement. Maar events kun je niet meten in rendement. Het draait om mensen. Dat hebben ze bij Friesland Culturele Hoofdstad beter begrepen. Een aantal gemeenschappen ging bottom-up op zoek naar de Friese culturele identiteit, wat de grondslag vormde voor het themajaar. Het delen van kennis en ervaring creëerde saamhorigheid.” Ten slotte pleit Rotmans voor een flinke dosis positivisme. “Nu



heerst ook in de media vooral het cynische, daar kun je niets op bouwen.”

Spreker Pieter van den Hoogenband sloot het congres af met persoonlijk verhaal over zijn sportcarrière en zijn rol als chef de mission bij de Olympische Spelen van 2020 in Tokyo. Zelf heeft hij onder andere de World Cup Zwemmen en de Europese Jeugd Olympisch Festival in Utrecht georganiseerd. “Het allerbelangrijkste is dat je van tevoren nadenkt wat je wil bereiken en wat je na wil laten. Tijdens het Europese Jeugd Olympisch Festival waren de beste jeugdsporters van Europa in Nederland. Wij wilden het event aangrij-

pen om de plaatselijke jeugd aan het sporten te krijgen. Om dit bereiken hebben we onder andere samen met een aantal oud-sporters sport- en speldagen georganiseerd en gingen we met een aantal urban varianten van de olympische sporten de wijken in. Het hoofdevent gebruik je om je plannen kleur te geven, daarna is het een kwestie van doorpakken en volhouden. Je hebt een lange termijn visie nodig en dat is in de sport niet anders. Een prestatie gebaseerd op toeval heeft geen waarde. Duurzaam presteren wel.”





EventSummit 2019

# Goede start van het eventjaar

Eind januari verzamelde de MICE-branche zich in Rotterdam Ahoy voor de elfde editie van EventSummit. Met ruim 40 sprekers, bijna 600 exposanten en ruim 5.500 bezoekers mag de organisatie opnieuw spreken van een groot succes.

Fotografie Robert Aarts, Meeting Magazine





**O**ok dit jaar stond EventSummit in het teken van de combinatie kennis en netwerken, met als overkoepelend thema 'Maak het verschil'. Bezoekers konden luisteren naar ruim 40 sprekers die tijdens het congres en in de vier seminarruimtes op de beursvloer aanwezig waren. Dit waren onder andere Fountainheads (trendverkenners), Yvonne de Liefde (brandmanager Vrienden van Amstel), Florian Dirkse (o.a. Ocean Cleanup en Green Miles) en Bibian Mentel (Olympisch Snowboardster).

De beursvloer van 13.500 m<sup>2</sup> was wederom ingedeeld in straten met thema's. Bij de voorbereiding en organisatie ging ditmaal extra aandacht uit naar duurzaamheid. Organisatoren Arjen Lemstra en Joris Bots wilden hun

verantwoordelijkheid nemen om te zorgen dat de evenementenbranche duurzamer gaat organiseren. Daarom was de catering hoofdzakelijk vegetarisch, werd de doelstelling gehanteerd om slechts 10% restafval te produceren en werd er geen gebruikgemaakt van mono-verpakkingen.

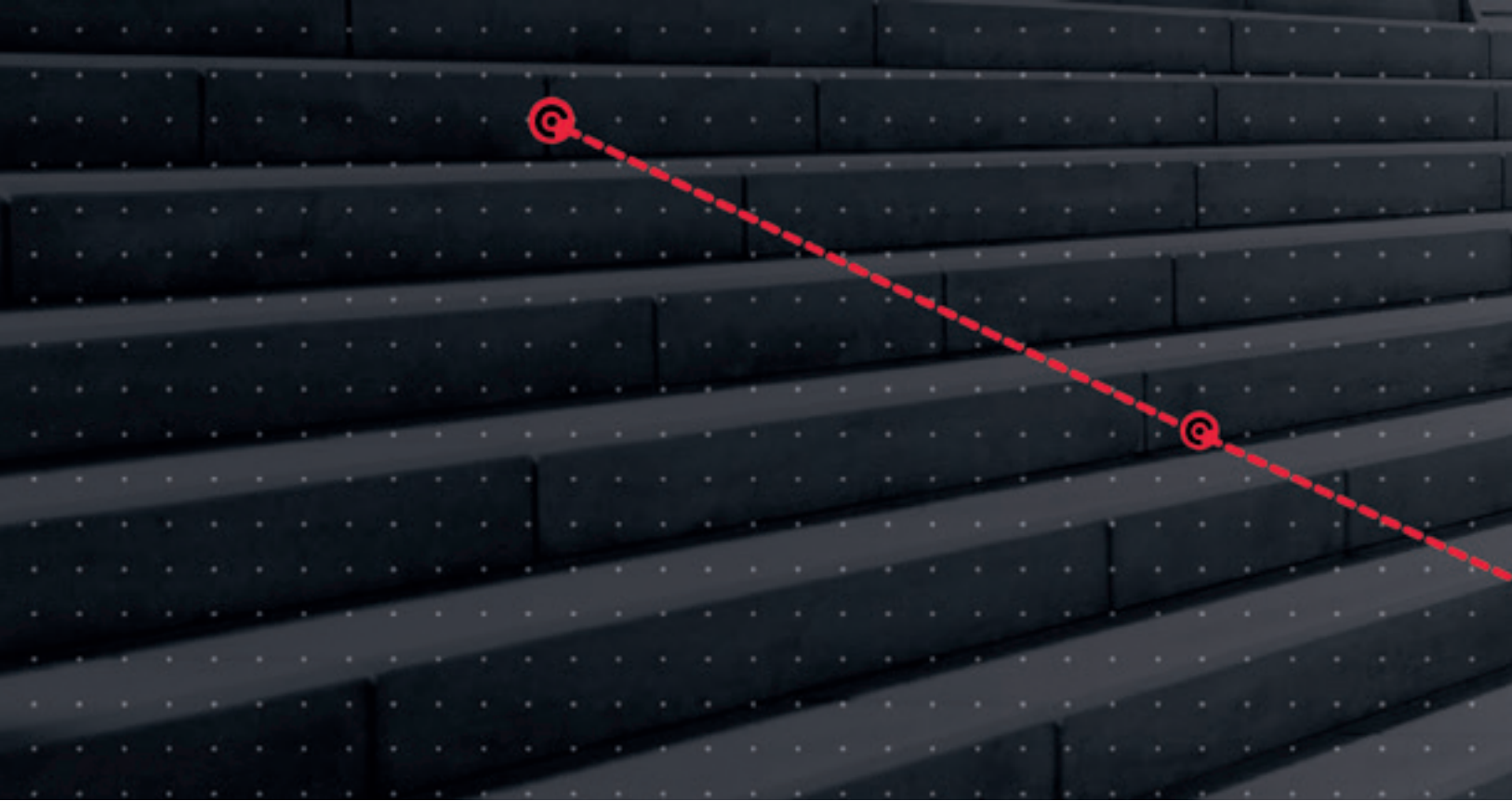
Organisator Arjen Lemstra is erg tevreden: "We hadden nu voor het eerst het gevoel dat alles klopte. Qua uitstraling, logistiek, indeling vloer. Natuurlijk zijn er altijd verbeterpunten. Er was toch nog een wachtrij van twaalf minuten in de ochtend om binnen te komen. Volgend jaar dus minimaal twintig registratiepunten. Maar gezien het minieme aantal mailtjes met 'klachten' en opmerkingen, kijken we terug op een prachtige editie."

Met die klachten en opmerkingen gaan Arjen Lemstra en zijn compagnon Joris Bots zeker aan de slag: "Op basis van de feedback uit de verstuurde enquête gaan we waar mogelijk zaken aanpassen. Bepaalde straten raden we aan om volgend jaar juist niet gezamenlijk als straat te gaan staan. Uit de enquêtes blijkt dat het niet optimaal werkt. Zo zijn we elk jaar bezig om onszelf te verbeteren."

Dit jaar de beurs gemist? Tijdens EventSummit zijn diverse vlogs en films gemaakt die onder andere te zien zijn op YouTube. Eind januari 2020 vindt de volgende editie plaats. Kaarten zijn vanaf oktober beschikbaar.

[Eventsummit.nl](https://www.eventsummit.nl)





Rutger Bremer, Momice: "Events zijn de toekomst"

# En het is tijd dat we ze serieus gaan nemen

Of events belangrijk zijn (en blijven) is voor mij al lang geen vraag meer. In een wereld die steeds digitaler wordt, zijn face-to-face ontmoetingen om de kwaliteit van je relaties te versterken van onschatbare waarde. Het écht ontmoeten van je peers of doelgroep is cruciaal als tegenhanger van vluchtige online communicatie. Ik durf te stellen dat er weinig organisaties zijn die de potentie van events ten volle benutten - zelfs al gaan er honderdduizenden euro's in om. Daarom vind ik het tijd om een ander geluid te laten horen.

## DE RODE DRAAD

De afgelopen jaren heeft Momice, het bedrijf dat ik oprichtte om eventregistratie makkelijker te maken, bijgedragen aan de organisatie van duizenden events. Daardoor sprak ik

honderden professionals uit de branche. Wat ik het mooie vind aan de event industry is dat iedereen ontzettend gedreven is. Eventprofessionals zijn altijd bezig het maximale eruit te halen, voor hun opdrachtgever én voor hun publiek.

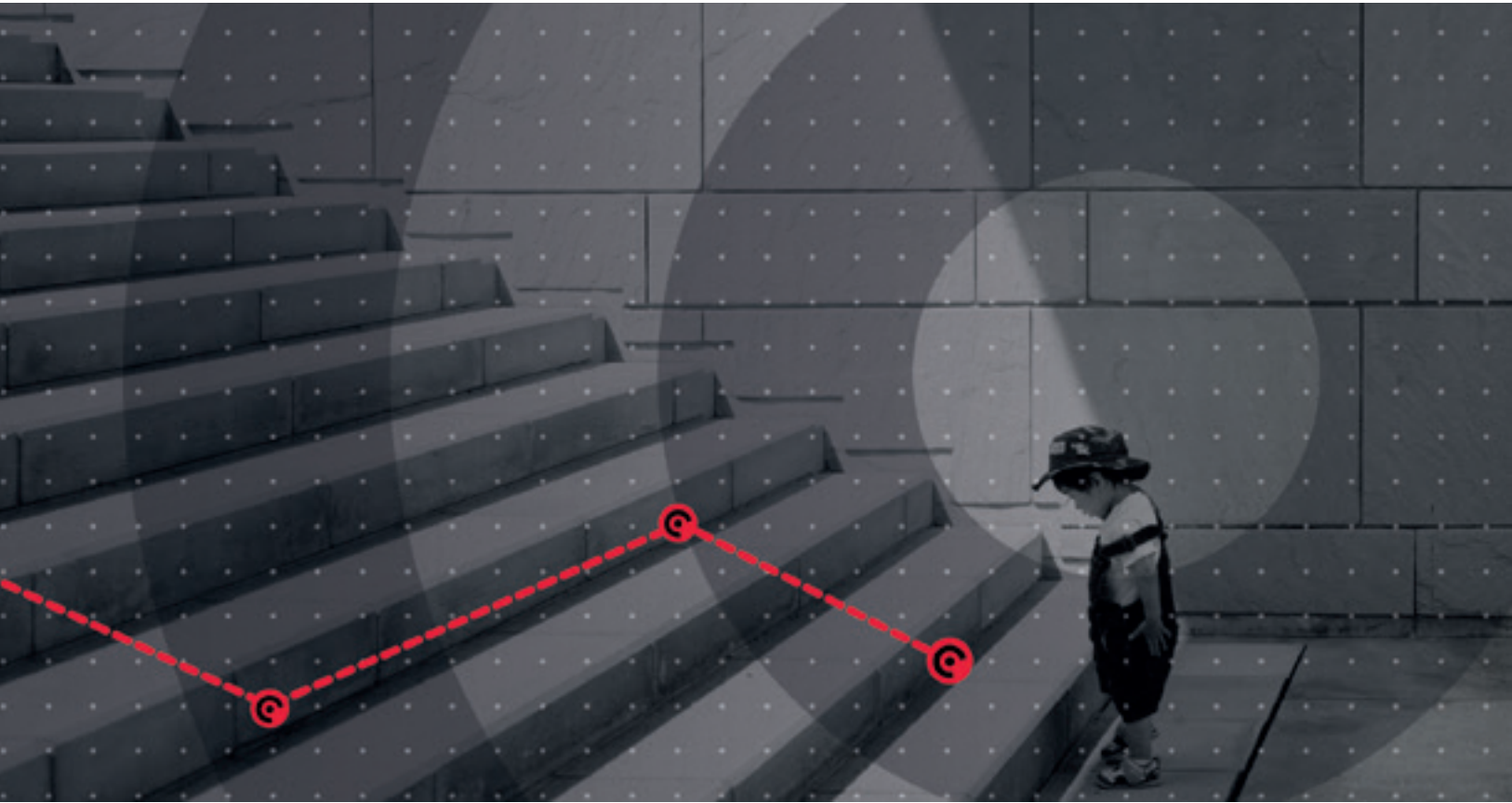
Maar er viel me ook iets anders op. Het ad-hoc gehalte binnen de eventbranche ligt bovenmatig hoog. Veel eventprofessionals hebben het gevoel alleen als uitvoerende kracht te worden gezien - en ze krijgen vaak het grote plaatje niet mee. Dit kan soms aardig frustrerend zijn voor ze. Het gevoel dat mij steeds bleef bekruipen is: "Dit moet toch anders kunnen, maar hoe?" Toen ik de afgelopen maanden een aantal experts op verschillende vakgebieden sprak, werd de rode draad me langzaam duidelijk.

## DE WEG NAAR DIGITAAL VERMOGEN

Al jaren spreek ik regelmatig met mijn 'mentor' Denis Doeland. Ik heb onwijs veel bewondering voor hoe hij als oud-ID&T'er zijn strepen verdiend heeft - en nu met concrete modellen en cases laat zien hoe je als organisatie groeit door te investeren in je relaties. Zijn boodschap: we bevinden ons in een relatie-economie. In deze nieuwe economie slagen alleen de organisaties die focussen op het onderhouden van relaties met fans en klanten. Dit is volgens Denis het Digitaal Vermogen van een bedrijf. Dit besef is nog lang niet tot alle organisaties doorgedrongen. Hier gaan een aantal stappen aan vooraf.

### 1. Data & doelstellingen

Het meten van de ROI van een event blijft voor velen ingewikkeld. Niet alleen voor de eventprofessional,



maar ook voor bijvoorbeeld marketeers. Dit komt volgens mij doordat de event-professional niet betrokken wordt bij de doelstellingen en niet beschikt over de juiste tools. Een groot deel van de registratie en evaluatie gebeurt nog altijd handmatig of met verschillende systemen. Gevolg: weinig tot geen inzicht in de doelgroep en in het eventresultaat. Dit valt te voorkomen door structureel je eventdata en resultaten bij te houden met de juiste software.

## 2. Blueprint voor impact

Zonder duidelijke doelstellingen weet je nooit of een event een succes was. Er wordt veel te weinig aandacht besteed aan het formuleren van goede eventdoelstellingen. Net als het maken van een goede planning kost dit tijd. Deze tijd verdient je dubbel en dwars terug, doordat je weet waar je heen wilt. Alleen dan kun je uiteindelijk meten of jouw event de investering waard was. Samen met Mike Coumans van Sendsteps en Gert Slob van de Behavior Change Group ben ik de afgelopen maanden bezig geweest met het ontwikkelen van een Blueprint voor het maken van impact op events. Dit gaat eventmanagers écht helpen om hun doelen te bepalen en bereiken.

## 3. Het begint met strategie

In ontmoeting met twee oud-gedienden van ING, Maayke Könemann en Marike Dragt, kwam ik erachter dat zelfs de Grote Jongens soms 'zomaar wat doen'. Van een gigantisch bedrijf als ING zou je verwachten dat zij hun eventstrategie op orde hebben. Niets bleek minder waar: er was geen overkoepelende strategie en veel afdelingen in allerlei landen hielden er hun eigen doelstellingen op na. Na verder onderzoek blijkt bij veel meer organisaties de eventstrategie totaal versnipperd te zijn - als hij er al is. Dit kan en moet anders. Daarvoor is één ding nodig: eventprofessionals, maar ook marketeers moeten samen events gaan behandelen als strategisch communicatiemiddel.

## 4. Alles draait om relaties

Stel je voor: de doelstellingen zijn op orde, er is een overkoepelende eventstrategie en de data over de klant is beschikbaar. In zo'n geval valt of staat het succes van het event met slim relatiebeheer. De genodigden op je event zijn er niet voor niets. Wat wil je bereiken? Denk hier van tevoren goed over na. Wie moet wie spreken en hoe faciliteren we dit? Hierover heb ik veel geleerd van J.P. Weijers, directeur van het Protocolbureau en schrijver van het boek

Managing Authentic Relationships. Zijn missie: het bepalen van een visie op relatiesmanagement om toe te passen op (strategische) ontmoetingen op events, zodat netwerken vlekkeloos verloopt. Weijers is ervan overtuigd dat eventmanagers in de toekomst relatiesmanagers moeten worden. En ik ben het helemaal met hem eens.

## CONNECTING THE DOTS

Event professionals zullen daarom de komende jaren een andere rol (moeten) gaan spelen, als je het mij vraagt. Het is tijd om de stap te maken van 'uitvoerder' naar strategisch gesprekspartner. En daarom heb ik samen met al deze experts een serie van vijf events ontwikkeld om eventprofessionals klaar te stomen voor de toekomst: Connecting the Dots. De eerste editie: 'Event pro's, Step up your game!' vindt plaats op 21 maart 2019. Inschrijven kan op [connectingthedots-1.momice.events](http://connectingthedots-1.momice.events).

Rutger Bremer is oprichter en managing director van Momice. Zijn bedrijf ontwikkelt registratie- en ticketsoftware voor eventprofessionals. Reageren? Stuur een mail naar [rutger@momice.com](mailto:rutger@momice.com).





# Een goed opgebouwde presentatie, waar bestaat deze uit?

**Presenteren: we hebben het allemaal wel eens moeten doen. Sommige mensen vinden het verschrikkelijk, anderen willen niets liever dan op het podium staan! Er zijn zelfs mensen die er hun beroep van maken. Een goed verhaal is belangrijk, maar hoe je het brengt des te meer. Maar hoe vertel je een verhaal? En wat is een goede opbouw van een presentatie?**

## **EEN GOEDE VOORBEREIDING IS HET HALVE WERK**

Elke lezing is anders, elk publiek is anders, elke locatie is anders. Dat maakt het geven van lezingen natuurlijk erg leuk, maar het vergt ook steeds opnieuw een

voorbereiding. Hoe ga je jouw verhaal koppelen aan het thema, hoe zorg je dat het doel van de klant bereikt wordt en hoe zorg je dat je het publiek een pakkend en onvergetelijk verhaal vertelt? Daarom is het vanuit de opdrachtgever belangrijk om dit helder te hebben zodat de spreker hier goed op in kan spelen. Zo kun je bijvoorbeeld meerdere lezingen geven die jouw verhaal allemaal uitstekend vertellen. Kijk bij iedere klant welke ingrediënten het beste passen en maak vanuit een menu een samenstelling op maat om te voldoen aan de wensen van de klant. Op die manier geef je elke keer een nieuwe lezing, maar blijf je toch bij jezelf en je expertise!



beeld metaforen en/of vergelijkingen. Sommige mensen begrijpen daardoor beter wat er wordt bedoeld.

#### WHO'S YOUR AUDIENCE?

Een verhaal komt pas echt aan als het publiek zich ermee kan identificeren. Ook al gaat het verhaal over een heel ander onderwerp of bijvoorbeeld over een andere branche. Het is juist interessant als je de doelgroep een inkijkje geeft in een andere sector of branche, dat is altijd interessant om te horen. Maar omdat het waarschijnlijk ver van het publiek af staat, is het de kunst om het te vertalen en een koppeling te maken naar de mensen in de zaal. Zo kunnen ze beter begrijpen waar het verhaal over gaat en de koppeling maken naar hun eigen werk- of privé-situatie en het toepassen.

Een verhaal komt pas echt aan als het publiek zich ermee kan identificeren. Ook al gaat het verhaal over een heel ander onderwerp of bijvoorbeeld over een andere branche.

#### BEGIN, MIDDEN EN EIND

Zorg voor een goede structuur in het verhaal zodat het publiek je goed kan volgen en begrijpen. Een begin, midden en eind kan daar bij helpen. Zorg voor een knallende start zodat je vanaf moment één het publiek aan je lippen hebt hangen. Contact maken met het publiek is vanaf minuut één is hierbij essentieel.

#### WAT WIL JIJ BEREIKEN MET JE LEZING?

Met welk doel sta jij op het podium? Is dat het gedrag van het publiek veranderen, is dat het publiek inspireren, is dat het publiek een spiegel voorhouden of een kijkje geven over de toekomst? Als je antwoord geeft op deze vraag, dan is dat meteen de rode draad door je presentatie heen. Het is de basis van het verhaal. Uitstapjes maken werkt hierbij heel goed. De uitstapjes vervolgens terugleiden naar de rode draad maakt dat het verhaal goed te volgen is en interessant blijft. Een andere tip is om gebruik te maken van bijvoor-

Daarom is het ontzettend belangrijk dat je weet wie er in de zaal zit. Welke branche, welke afdeling, welke leeftijd, welk geslacht en ga zo maar door. Op elk van deze categorieën kan je als spreker een link leggen naar de doelgroep. Door een link naar het publiek te maken, krijgen ze het idee dat het echt over hen gaat! Een mooi doel voor een spreker.

#### PERSOONLIJK OF EEN TIKKELTJE KWETSBAAR

Eén van de voorwaarden om een Tedtalk te geven; laat de echte 'jij' zien, wees authentiek. Vaak kan het publiek zich ook beter identificeren met een persoonlijk verhaal. Kijk daarom niet constant het publiek aan, maar kijk ook eens naar beneden of wees even stil. Op deze manier houd je het dicht bij jezelf. De indruk op het publiek zal groter zijn en het verhaal zal beter blijven hangen. Natuurlijk hangt het van het publiek af in hoeverre het een persoonlijk verhaal kán worden. Het aanvoelen van het

publiek is belangrijk, maar ook lastig. Podiumervaring helpt daar natuurlijk bij, maar probeer ook van tevoren na te denken over wie er zit en welke weerstand er eventueel zou kunnen zitten. Als je als spreker deze eventuele weerstand in de eerste minuut al kan wegnemen door het te benoemen bijvoorbeeld of erover in gesprek te gaan, dan hangen ze aan je lippen!

#### DIT WAS MIJN PRESENTATIE...

Het einde van de presentatie wordt vaak het meest onthouden door het publiek omdat dat het verst in het geheugen zit. Stel, je bent de afsluitende spreker en na jouw lezing begint de borrel. Dan is het belangrijk dat het tijdens de borrel over jouw verhaal gaat. Een spannende afsluiter draagt daar aan bij. Natuurlijk wel een positieve, zodat de mensen opgewekt, geïnspireerd en positief de zaal verlaten.

Echter, dit betekent natuurlijk niet dat je als spreker in het midden van het programma niet net zoveel indruk kunt maken. Door je goed voor te bereiden, een goede structuur in je presentatie te hebben, je doel duidelijk te formuleren en je persoonlijk op te stellen en door je publiek echt goed te kennen zul je een goede indruk achterlaten als spreker. Zorg ervoor dat jouw verhaal het meest blijft hangen!

#### Sprekershuys

Het programma met sprekers en dagvoorzitters samenstellen is een uitdaging. Het Sprekershuys denkt hierin graag met je mee. Door goed te weten wat het doel is, wat er verwacht wordt en wie het publiek is, kan er een juiste spreker of dagvoorzitter aan het event gekoppeld worden. Daarom wordt het Sprekershuys het liefst zo vroeg mogelijk betrokken bij het proces. Mail gerust naar [info@sprekershuys.nl](mailto:info@sprekershuys.nl) of bel 030 304 00 25. We helpen je graag!





# AANBEVOLEN LOCATIES

Kijk op [WWW.MEETINGMAGAZINE.NL/LOCATIES/AANBEVOLEN](http://WWW.MEETINGMAGAZINE.NL/LOCATIES/AANBEVOLEN) voor een uitgebreide beschrijving van alle locaties



Zuid-Holland

## ● Evenementenhal Gorinchem

Franklinweg 2 | 4207 HZ Gorinchem  
 T 0183-680680  
 E [gorinchem@evenementenhal.nl](mailto:gorinchem@evenementenhal.nl)  
 I [www.evenementenhal.nl/gorinchem](http://www.evenementenhal.nl/gorinchem)

Noord-Holland



## ● Unique Venues of Amsterdam

Damrak 243 | 1012 ZJ Amsterdam  
 T 020 - 586 0710  
 E [info@uniquevenuesofamsterdam.com](mailto:info@uniquevenuesofamsterdam.com)  
 I [www.uniquevenuesofamsterdam.com](http://www.uniquevenuesofamsterdam.com)



Noord-Brabant

## ● Landgoed Huize Bergen

Glorieuxlaan | 5261 SG Vught  
 T 073-6580400  
 E [welkom@huizebergen.nl](mailto:welkom@huizebergen.nl)  
 I [www.huizebergen.nl](http://www.huizebergen.nl)



## ● Eigentijdserf

Spreeuwensedijk 9 | 5091 KS Westelbeers  
 T 013-5041392  
 E [welkom@eigentijdserf.nl](mailto:welkom@eigentijdserf.nl)  
 I [www.eigentijdserf.nl](http://www.eigentijdserf.nl)



Gelderland

## ● Hotel-Restaurant De Os & het Paard

Dolsedijk 73-75 | 4158 EG Deil  
 T 0345-651616 | E [info@osenpaard.nl](mailto:info@osenpaard.nl)  
 I [www.osenpaard.nl](http://www.osenpaard.nl)

Noord-Holland

Zuid-Holland

Zeeland

Noord-Brabant

Utrecht

Flevoland





### ● Laurenskerk Rotterdam

Grotekerkplein 27 | 3011 GC Rotterdam  
T 010 - 4131494  
E info@laurenkerkrotterdam.nl  
I www.laurenkerkrotterdam.nl



### ● Meeting House

Johan de Wittstraat 2 | 3311 KJ Dordrecht  
T 078-6146724  
E info@meetinghouse.nl  
I www.meetinghouse.nl



### ● Alexander Hotel

Oude Zeeweg 63 | 2202 CJ Noordwijk  
T 071- 361 8900  
E info@alexanderhotel.nl  
I www.alexanderhotel.nl



### ● Beurs van Berlage

Damrak 243 | 1012 ZJ Amsterdam  
T 020 - 531 33 55  
E events@beursvanberlage.com  
I www.beursvanberlage.com



### ● KNVB Campus

Woudenbergseweg 56-58 | 3707 HX Zeist  
T 0343 - 491 424  
E info@knvbcampus.nl  
I www.knvb.nl/campus



### ● Landgoed de Reehorst

Hoofdstraat 8 | 3972 LA Driebergen  
T 0343-531818  
E reserveringen@antropia.nl  
I www.antropia.nl



### ● BluePoint Antwerpen

Filip Williotstraat 9 | 2600 Berchem  
T +32 (0)3 280 45 11  
E infoantwerpen@bluepoint.be  
I www.bluepoint.be



### ● BluePoint Brussels

80 Bd. A. Reyers | 030 Brussels  
T +32 (0)2 706 88 00  
E infobrussels@bluepoint.be  
I www.bluepoint.be



### ● BluePoint Liège

Boulevard Emile | de Laveleye 191 | 4020 Liège  
T +32 (0)4 340 35 06  
E infolieg@bluepoint.be  
I www.bluepoint.be





## Nieuwe locaties ontdekken in hartje Utrecht

Tijdens de 7e editie van de Locatietour op maandag 25 maart ontdekken meeting- en eventplanners bijzondere en nieuwe eventlocaties in het centrum van Utrecht. De tour staat niet alleen bekend om het ontdekken van bijzondere locaties. Ook nieuwe locaties komen aan bod. "Zo kunnen zelfs de meest doorgewinterde eventplanners en boekers inspiratie blijven opdoen, ook als ze vaker zijn mee geweest met de Locatietour." vertelt de organisator Linda Kerkhoven, van adviesbureau Linda op Locatie. Op het programma staan drie nieuwe locaties waarvan er twee gevestigd zijn in het vernieuwde stationsgebied. Met de Locatietour is er al eens uitgebreid gewandeld tussen verschillende locaties, werd er ook al gevaren op verschillende boten en is er gefietst op de Utrechtse Heuvelrug. Deze keer wordt de Utrecht Region Pass gebruikt. Met deze mobiliteitspas kan men gebruik maken van alle soorten openbaar vervoer en OV-fiets in de stad en regio Utrecht, maar ook in de rest van Nederland. Tijdens de tour zijn deelnemers vrij om een bepaald deel te wandelen of met de bus af te leggen. Het Utrecht Convention Bureau (onderdeel van Utrecht Marketing) is een one-stop-shop voor organisatoren van nationale én internationale congressen en andere zakelijke bijeenkomsten. Het UCB geeft onafhankelijk, kosteloos en deskundig advies over de mogelijkheden die Utrecht te bieden heeft op het gebied van zakelijke evenementen. Daarnaast geeft UCB ook informatie over marketing & promotie, de financiële aspecten of subsidie-mogelijkheden bij congressen en ondersteunt bij bidprocedures en site-inspecties. De Locatietour is een soort van locatie-ontdekkingstocht in groepsverband speciaal voor event- en meetingplanners. Voor een locatie is het niet altijd praktisch om locatiebezoeken tussen de bedrijven door te doen en voor boekers is het bezoeken van locaties een tijdrovende taak. Een locatietour biedt uitkomst voor zowel de aanbieder als de opdrachtgever. De Locatietour op maandag 25 maart is een volledig verzorgde dag en gratis toegankelijk voor meeting- en eventplanners uit Nederland. In totaal bezoeken we zes locaties op één dag. Informatie en aanmelden: [www.locatietour.nl](http://www.locatietour.nl)

## Babs Nijdam Commercieel Directeur Amerpodia

Per 1 april zal Babs Nijdam toetreden tot de directie van Amerpodia in de rol van Commercieel Directeur. Amerpodia bestaat uit de Amsterdamse cultuurhuizen Rode Hoed, Felix Meritis, De Nieuwe Liefde en Compagnietheater. Deze vier huizen zijn tevens fullservice evenementenlocaties. Met de inkomsten uit verhuur wordt de culturele programmering mogelijk gemaakt. Babs Nijdam zal verantwoordelijk zijn voor de verdere strategische groei van deze inkomsten. Algemeen directeur Clayde Menso: "Ik kijk uit naar de samenwerking met Babs Nijdam en heb, gezien haar staat van dienst, het volste vertrouwen dat we met haar visie, kennis en ervaring duurzaam kunnen uitgroeien tot toonaangevende evenementenlocaties met een perfect serviceniveau." Babs ontdekte meer dan 10 jaar geleden haar passie voor de evenementenindustrie. Bij Amsterdam RAI heeft ze ervaring opgedaan in sales en marketing in de (inter)nationale MICE- en associatiemarkt. De laatste jaren heeft ze via Sequoia Venue Solutions verschillende lokale en internationale locaties succesvol ondersteund in business development en strategische groeiprojecten bij onder andere Arsenal Football Club, Bath Racecourse en Conference Centre, Barbican Center, ICE Krakow Congrescentrum, Artis en Johan Cruijff ArenA. Als oprichtster van de Nederlandse Chapter van GMIC en in huidige bestuursrol bij MPI Nederland heeft zij ruime kennis van duurzaamheid, nieuwe innovaties en ontwikkelingen in de evenementenindustrie. Ze combineert strategisch denken en vermogen om nieuwe zakelijke kansen te creëren om duurzame bedrijfs groei te realiseren.

## Aventri kondigt eerste self-service kleuren-badgedrukker aan

Eventmanagement softwareleider Aventri kondigt de lancering aan van BadgeNow, de eerste self-service badge printer die hoogwaardige kleurenbadges voor evenementenplanners aanbiedt. Deze on-demand badgedrukker biedt Aventri-klanten een snel en eenvoudig incheckproces ter plaatse voor deelnemers aan evenementen. BadgeNow integreert met het registratieplatform van Aventri, waardoor een naadloze stroom van bezoekersinformatie in realtime kan worden doorgegeven. "We kunnen niet enthousiaster zijn om BadgeNow op de markt te brengen en de aanwezigen de nieuwe technologie te laten testen", zegt Brian Friedman, Vice President Digital Innovation bij Aventri.

**ClickShare**

Plug into simplicity.

TAP INTO

amazing



**CSE-200**

### Make sharing easy and leave an impression

Meetings, incentives, congresses and events today need to be amazing, smooth and most of all equipped with the best technology. If you want to offer the best meeting experience to your customers, ClickShare is just the ticket. Barco's wireless collaboration system allows users to simply share what's on their laptop or mobile device on a presentation screen. No installation, no technical hiccups, no training. Just quick, confident sharing to make all your events truly professional and outstanding.

Don't just take our word for it. You can try it yourself with our 4-week ClickShare CSE-200 try-out.

**Start your free trial today: <https://trynow.barco.com/clickshare/>.**



# UW BEDRIJFSUITJE

## BIJ HOLLAND CASINO SCHEVENINGEN?



Ga naar [hollandcasino.nl/scheveningen](https://hollandcasino.nl/scheveningen) of neem contact op met de Marketing & Sales afdeling op 070-3067863



HOLLANDCASINO.NL  
VOOR MEER INFORMATIE EN ONZE VOORWAARDEN

HOLLAND CASINO  
HET ENIGE ECHTE CASINO